

تعرض الشباب السعودي لوسائل الإعلام وأدوات الثقافة

إعداد



ح مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، ١٤٣٥هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام
تعرض الشباب السعودي لوسائل الإعلام وأدوات الثقافة. مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام،- الرياض ١٤٣٥هـ
(٢٤١) ص ١٤.٨ X ٢١سم

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٩٠٤٢٥-٧-٠

1- وسائل الإعلام - السعودية   أ. العنوان
ديوي ٣٠١,١٦٠٥٣١   ١٤٣٥/٢٩١٦

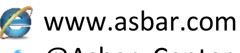
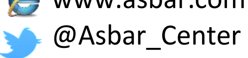
رقم الإيداع:١٤٣٥/٢٩١٦
ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٩٠٤٢٥-٧-٠

الطبعة الأولى

مارس 2014م

تصميم وإخراج

مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام
ص.ب 88111 الرياض 11662 المملكة العربية السعودية
هاتف: 4624229 فاكس: 4610324



www.asbar.com
asbarcentreforstudies

@Asbar_Center
info@asbar.com



المحتويات

الموضوع	الصفحة

التلفزيون السعودي والفضائيات الأخرى

البرامج والقنوات المفضلة واستخدام الإنترنت

المقدمة

تقع هذه الدراسة في جزئين، يضم الجزء الأول موضوع تعرض الشباب السعودي لوسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وأحداث وأخبار سياسية محلية وعالمية، ويتكون الباب الأول من أربعة فصول تعرضت إلى المستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام، ومدى قراءة الصحف السعودية وغير السعودية، ومدى الاستماع للإذاعة السعودية. أما الباب الثاني فخرج في فصلين تعرض إلى متابعة الشباب السعودي للأخبار والأحداث السياسية المحلية والعالمية، وتوضح الدراسة أهم سمات السلوك الإعلامي الذي يحدد أسلوب تعامل الشباب مع وسائل الإعلام وأدوات الثقافة الأخرى من حيث الكم والنوع، وتوضح هذه الدراسة، في بعض أهدافها، حجم الاستهلاك الإعلامي، ونوعه، من خلال وصف كمي لمدى تعرض الشباب لوسائل الإعلام.

يضم الجزء الثاني من الدراسة موضوع تعرض الشباب السعودي لوسائل الإعلام، من مشاهدة القنوات التلفزيونية والفضائية، والبرامج والقنوات المفضلة، واستخدم الإنترنت، ويتكون الباب الأول من فصلين تعرضا إلى مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي، ومشاهدة القنوات الفضائية الأخرى. أما الباب الثاني فخرج في أربعة فصول، تعرضت لمشاهدة البرامج المفضلة بغية متابعة المضامين البرامجية، والقنوات المفضلة، وقراءة الكتب (عدا الكتب الدراسية)، واستخدام الانترنت، وذلك لتوضيح أهم سمات السلوك الإعلامي الذي يحدد أسلوب تعامل الشباب مع وسائل الإعلام وأدوات الثقافة الأخرى من حيث الكم والنوع، وتوضح هذه الدراسة في بعض أهدافها، حجم الاستهلاك الإعلامي، ونوعه، من خلال وصف كمي لمدى تعرض الشباب لوسائل الإعلام.

الاطلاع على وسائل الإعلام والصحف

الفصل الأول

المستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام

الفصل الثاني

قراءة الصحف اليومية السعودية

الفصل الثالث

قراءة الصحف غير السعودية

الفصل الرابع

الاستماع إلى الإذاعة السعودية

الفصل الأول

المستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام

المستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام

تمهيد:

استهدفت الدراسة التعرف على درجة تعرض الشباب السعودي لوسائل الإعلام والاتصال، في ضوء سمات العينة وخصائصها، وشمل ذلك الصحف اليومية السعودية والصحف اليومية غير السعودية، الاذاعة السعودية، ومتابعة الأخبار والأحداث السياسية: المحلية والعالمية.

وصف للمستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام

وكتوطئة لما سيرد لاحقاً فإننا نورد أدناه تحليلاً لجدول يشير إلى مستوى الاطلاع على وسائل الإعلام المذكورة، وما إذا كان ذلك يتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن ذلك لا يحدث «أبداً».

إذ يتضح من الجدول رقم (1-1) أن الاطلاع على الصحف السعودية «بشكل دائم» بلغ نسبة 24.1٪ بينما كانت النسبة 43٪ للاطلاع «أحياناً» و 23.1٪ للاطلاع «قليل جداً» وهناك ما نسبته 9.4٪ لا يطلعون على الصحف «أبداً». أما الصحف غير السعودية فكانت نسبة من يطلع عليها منخفضة، فهنــاك 52.7٪ لا يطلعون عليها أبداً.

وفيما يتعلق بالإذاعة السعودية فإنها حظيت بنسب إقبال منخفضة خاصة في فئة الاستماع الدائم، إذ لم تتجاوز نسبة من يستمعون إليها «دائماً» أكثر من 11٪ وهناك 30.9٪ لا يستمعون إليها «أبداً» وهي نسبة مرتفعة.

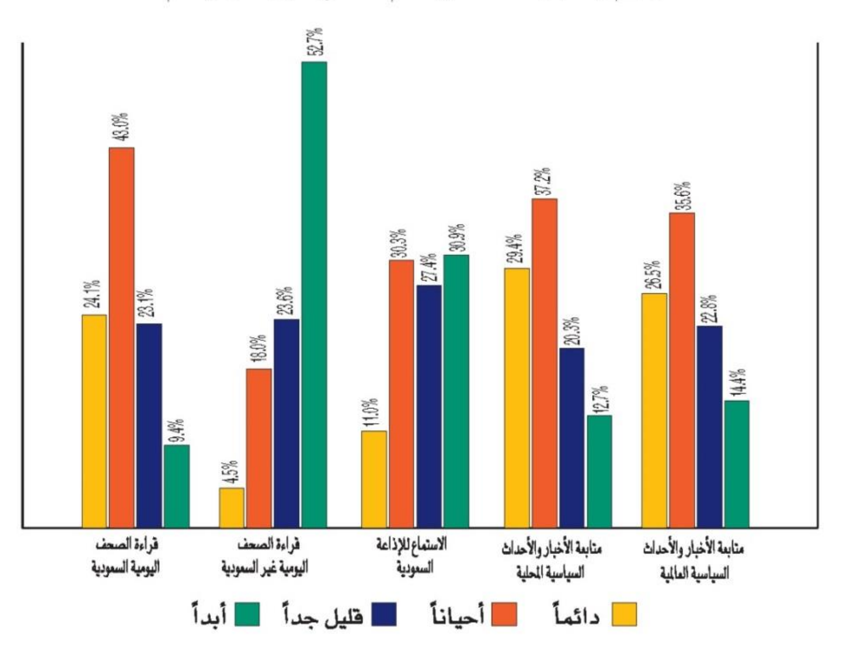
وتحظى الأخبار والأحداث السياسية المحلية بنسبة متابعة جيدة حيث أشار 29.4٪ أنهم يتابعونها «دائماً» و 37.2٪ يتابعونها «أحياناً» و 20.3٪ يتابعونها ولكن «قليل جداً» وهناك 12.7٪ لا يتابعونها «أبداً». أما الأخبار والأحداث السياسية العالمية، فقد حظيت هي الأخرى بمتابعة جيدة؛ حيث أشار 26.5٪ أنهم يتابعونها «دائماً» و 35.6٪ يتابعونها «أحياناً» و 22.8٪ يتابعونها «قليل جداً» وهناك 14.4٪ لا يتابعونها «أبداً».

ويشير الجدول إجمالاً أن مستوى الاطلاع لا بأس به فيما يتعلق بالصحف السعودية، وأن متابعة الأخبار والأحداث المحلية والعالمية تستقطب نسباً مرتفعة من أفراد العينة، ويلفت الانتباه في الجدول ضعف متابعة الإذاعة السعودية وارتفاع نسبة من لا يستمعون إليها «أبداً»، كما هو الحال مع الصحف غير السعودية التي سجلت أدنى النسب في أعداد من يطلعون عليها بشكل «دائم» أو «أحياناً».

جدول رقم (1-1) وصف للمستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام

وصف للمستوى / الوسيلة الإعلامية	دائماً		أحياناً		قليل جداً		أبداً	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الصحف اليومية السعودية	759	24.1	1356	43.0	728	23.1	269	9.4
الصحف اليومية غير السعودية	141	4.5	566	18.0	744	23.6	1660	52.7
الاستماع للإذاعة السعودية	346	11.0	956	30.3	863	27.4	972	30.9
متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية	927	29.4	1171	37.2	641	20.3	401	12.7
متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية	834	26.5	1121	35.6	719	22.8	455	14.4

شكل رقم (1-1) وصف للمستوى العام للاطلاع على وسائل الإعلام



وبناءً على ما أوردناه في الجدول السابق الذي يعطي لمحة عامة عن المستوى العام للاطلاع، فإننا نتوسع في الفصول القادمة لمعرفة مدى تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام، وفق الترتيب التالي:

- قراءة الصحف اليومية السعودية.
- قراءة الصحف اليومية الأخرى (غير السعودية).
- الاستماع إلى الإذاعة السعودية.
- متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية.
- متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية.

وتهدف الفصول القادمة إلى معرفة مدى التأثيرات التي يتعرض لها الشباب من وسائل الإعلام، مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الأساسية في الدراسة، كالجنس، والعمر، والحالة الاجتماعية، والمهنة، والتعليم، والمناطق.

الفصل الثاني

قراءة الصحف اليومية السعودية

تمهيد

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الجنس

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب العمر

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الحالة الاجتماعية

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المهنة

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المستوى التعليمي

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المناطق

الخلاصة

قراءة الصحف اليومية السعودية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى قراءتهم للصحف اليومية السعودية، وفيما إذا كانت تلك القراءة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تقرأ تلك الصحف «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب، في المجتمع، في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام، والجداول (من 1-2 إلى 1-7) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (1-2) أن نسبة الذكور الذين يطالعون الصحف اليومية السعودية «دائماً» 29٪، «في مقابل نسبة الإناث التي بلغت 19.2٪». أما الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» و«قليل جداً» من الجنسين فقد جاءت الفروق بينهم طفيفة بشكل عام. كما بلغت نسبة الذين لا يطالعون الصحف السعودية «أبداً» من الذكور 6.0٪ في حين بلغت نسبة الإناث 12.8٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تطالع الصحف السعودية (أحياناً) من الجنسين، يليهم الذين يطالعون تلك الصحف (قليل جداً) لدى الإناث والذين يطالعون تلك الصحف (دائماً) لدى الرجال، في حين سجلت النسبة الأقل لدى الإناث اللاتي يطالعن تلك الصحف (دائماً) في مقابل الذين يطالعون تلك الصحف من الذكور (قليل جداً) حيث جاءت هذه النسبة الأقل لدى الذكور.

وعلى الرغم من أن هذا التباين في النتائج قد يشير إلى طبيعة الجمهور من ناحية وارتباطه في الصحف من ناحية ثانية. فقد لا يكون من المتوقع أن يتفق أفراد العينة على مستوى متقارب لمطالعتهم الصحف، حيث تتباين تلك المطالعة بحسب الأحوال كما يبدو. ولكن هذه النتائج تشير من جانب آخر إلى ارتفاع نسبة من يطالعون الصحف السعودية (أحياناً) أو (قليلاً جداً) بشكل عام في مقابل الذين يطالعون(دائماً) من الجنسين. وفي هذا مؤشر على أن هناك ثمة فجوة بين الشباب والصحف السعودية، وهو الأمر الذي يمكن أن ينعكس على البناء الثقافي العام للشباب والوطني بشكل خاص.

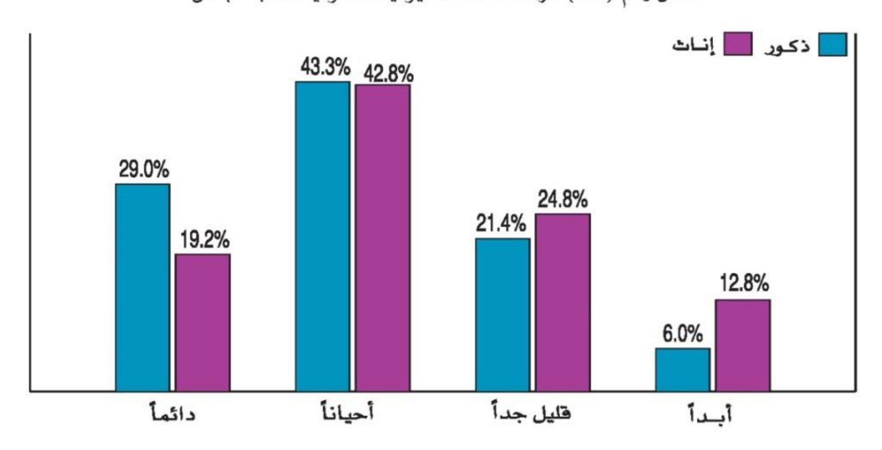
غير أن هذه النتائج تشير من جانب آخر إلى تقدم الذكور على الإناث بفارق واضح في الاطلاع على الصحف اليومية السعودية، وذلك بالنسبة للذين يطالعون تلك الصحف «دائماً». وهذا يدل على أن الصحافة السعودية تحظى بمكانة أكبر لدى الذكور في مقابل الإناث، وتعطي هذه النتيجة مؤشراً آخر على أنه في حال الانخفاض العام في مطالعة الصحف؛ فإن الإناث يبدين أشد نقصاً في علاقتهن بالصحف السعودية.

جدول رقم (1-2) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الجنس

الجنس / درجة الاطلاع	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	457	29.0	302	19.2	759	24.1
أحياناً	682	43.3	674	42.8	1356	43.0
قليل جداً	337	21.4	391	24.8	728	23.1
أبداً	95	6.0	201	12.8	269	9.4
غير مبين	4	0.3	7	0.4	11	0.3
المجموع	1575	%100	1575	%100	3150	%100

قيمة مربع كاي = 73,635 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (1-2) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الجنس



قراءة الصحف اليومية السعودية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (1-3) أن نسبة من يطالعون الصحف اليومية السعودية «دائماً» ممن أعمارهم 25-29سنة تبلغ 30.3٪ في مقابل نسبة 17.6٪ للفئة الأصغر 15-19سنة، كما أن هناك فرقاً واضحاً أيضاً بين اطلاع الفئة العمرية الوسطى 20-24سنة؛ حيث تبلغ نسبتها 24.4٪، في مقابل الفئتين العمريتين الأخريين، أما الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» أو «قليل جداً» فلم تظهر النتائج فروقا مهمة باعتبار متغير العمر.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يؤثر في مدى اطلاع أفراد العينة على الصحف اليومية السعودية بالنسبة للذين يطالعون تلك الصحف «دائماً»، وبخاصة بالنسبة للفئة العمرية الأكبر، ويتضح أن هناك علاقة طردية بين العمر ومطالعة الصحف السعودية؛ حيث تزداد المطالعة كلما كانت الفئة العمرية أكبر. ويدل ذلك

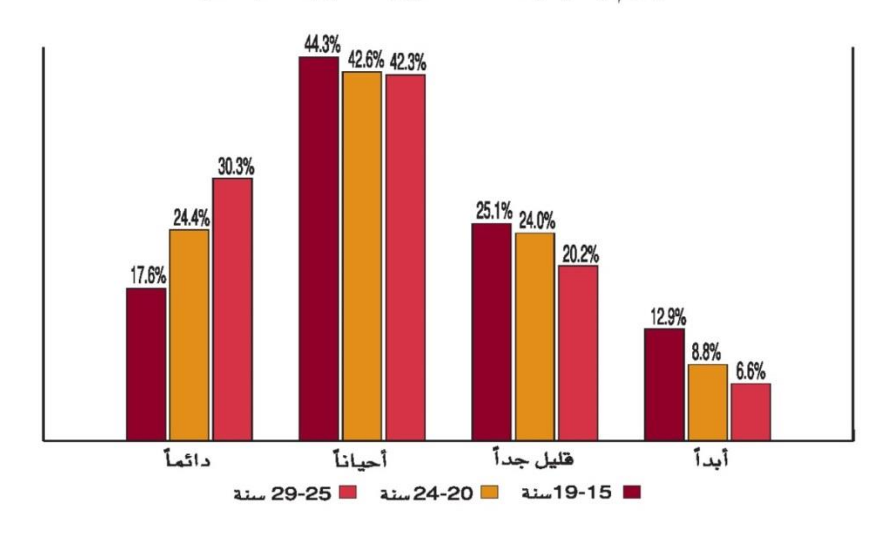
على أنه في حين تحظى الصحافة السعودية بمقروئية عامة لدى مختلف الفئات العمرية، وإن كانت منخفضة بشكل عام، فإنها تبدو أكثر أهمية لدى الفئة العمرية الأكبر. ومن المؤكد أن مقروئية الصحف ستختلف من حيث موضوعاتها ومجالاتها بحيث تظهر أولويات موضوعات معينة لدى بعض الفئات بشكل أكبر منها لدى الفئات العمرية الأخرى، وهو الأمر الذي سيتضح لاحقاً في هذه الدراسة عند الحديث عن طبيعة الموضوعات التي يهتم بها الشباب. ولكن على الرغم من ذلك، فإن انخفاض المعدل العام للاطلاع على الصحف السعودية لدى الفئات العمرية الأصغر يعد مؤشراً سلبياً على وجود حاجة لاتخاذ التدابير اللازمة لربط جيل الشباب بالصحافة المحلية التي تعد رافداً فكرياً وثقافياً وطنياً مهماً.

جدول رقم (1-3) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب العمر

العمر / درجة الاطلاع	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	185	17.6	256	24.4	318	30.3	759	24.1
أحياناً	465	44.3	447	42.6	444	42.3	1356	43.0
قليل جداً	264	25.1	252	24.0	212	20.2	728	23.1
أبداً	135	12.9	92	8.8	69	6.6	296	9.4
غير مبين	1	0.1	3	0.3	7	0.7	11	0.3
المجموع	1050	%100	1050	%100	1050	%100	3150	%100

قيمة مربع كاي = 67,683 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-3) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب العمر



قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (1-4) أن الفروق قليلة بشكل عام بين الذين يطالعون الصحف اليومية السعودية من المتزوجين وغير المتزوجين؛ حيث بلغ الفرق بين الفئتين 3٪ تقريبا وهو فرق طفيف، ويجري ذلك على مختلف مستويات المطالعة؛ سواء كان «دائماً» أم «أحياناً»، وقد جاء هذا الفرق الطفيف لصالح المتزوجين؛ حيث بلغت نسبة الذين يطالعون تلك الصحف منهم «دائماً» 26.5٪، في مقابل 23.3٪ لغير المتزوجين، كما بلغت نسبة الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» 43.9٪، في مقابل 42.8٪ لغير المتزوجين.

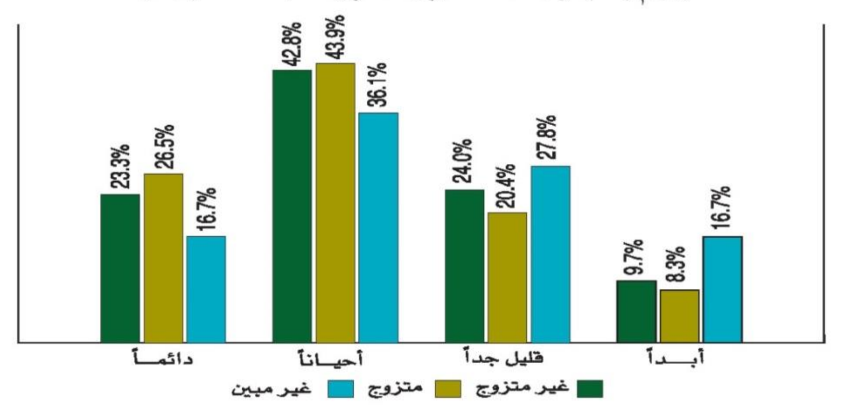
ويشير الجدول إجمالاً إلى عدم أهمية متغير الحالة الاجتماعية في مدى مطالعة أفراد العينة للصحف اليومية السعودية، ويمكن تفسير ذلك بعدم الارتباط بين مقروئية الصحف وتغير الحالة الاجتماعية بمتغير الزواج، وذلك أن قراءة الصحف تعد سلوكا معرفيا لدى الأفراد منذ تكون ثقافتهم الاتصالية، كما تؤكده دراسات الإعلام والاتصال المتخصصة، وعلى هذا الأساس يمكن القول: إن مستوى ارتباط الفرد بالصحافة يعد سلوكا قرائيا لا علاقة مباشرة له بالحالة الاجتماعية سواء كان متزوجاً أم أعزباً، ويزيد من أهمية هذا التفسير أن الفرق الطفيف بين مستويات القراءة جاء لصالح المتزوجين الذين دلت النتائج على أنهم نسبيا أكثر مطالعة للصحف من غير المتزوجين، وقد يحسب هذا الفرق الطفيف لعلاقته بالعمر أو بأمور جانبية أخرى نتجت عن الوضع العائلي (الزواج) أكثر من ارتباطه بمجرد الزواج كحالة مجتمعية.

جدول رقم (1-4) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة الاطلاع	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	530	23.3	223	26.5	6	16.7	759	24.1
أحياناً	973	42.8	370	43.9	13	36.1	1356	43.0
قليل جداً	546	24.0	172	20.4	10	27.8	728	23.1
أبداً	220	9.7	70	8.3	6	16.7	296	9.4
غير مبين	3	0.1	7	0.8	1	2.8	11	0.3
المجموع	2272	%100	842	%100	36	%100	3150	%100

قيمة مربع كاي = 28,275 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-4) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب الحالة الاجتماعية



قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (1-5) تقدم الموظفين العسكريين عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في قراءة الصحف اليومية السعودية في حال القراءة «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 44.0٪، ويليهم موظفو القطاع الخاص بفارق كبير جداً وبنسبة 32.8٪ ثم الموظفون المدنيون بنسبة 31.1٪، فالذين لا يعملون بنسبة 29.2٪، والطلاب بنسبة 20.4٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 9.5٪. أما في حالة القراءة «أحياناً» فقد بلغت نسبة الموظفين المدنيين 44.9٪، يليهم الطلاب بنسبة 43.6٪ ثم ربات المنازل بنسبة 41.6٪ ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 40.9٪ ثم الموظفون العسكريون بنسبة 40.7٪، وأخيراً الذين لا يعملون بنسبة 39.1٪. وانحصرت نسبة الذين درجة اطلاعهم «قليل جداً» على الصحف اليومية السعودية بين 11.0٪ للموظفين العسكريين و 25.5٪ لربات المنازل، وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لا يقرأون الصحف اليومية السعودية «أبداً» لتنحصر بين 2.4٪ للموظفين المدنيين، و11.1٪ للطلاب.

ويشير الجدول إجمالاً إلى دلالات تبدو منطقية، حيث تزيد قراءة الصحف لدى الموظفين سواء كانوا في القطاع العسكري أو المدني أو الخاص، ويليهم الطلاب وربات المنازل والذين لا يعملون، وفي ذلك إشارة واضحة إلى أن قراءة الصحف في المجتمع السعودي تبدو قراءة موضوعية وموظفة لخدمة أغراض معرفية واتصالية مباشرة، حيث يمكن فهم ذلك في إطار الحاجات المعرفية المتخصصة للموظفين في مقابل غيرهم من الفئات التي تمت دراستها. وتتفق هذه النتائج مع ما سبق من نتائج وبخاصة فيما يتعلق بتأخر درجة اطلاع ربات المنازل على الصحف، حيث سبقت الإشارة إلى أن الإناث أقل من الذكور مطالعة للصحف كما في الجدول رقم (1-2)، وذلك حين فحص علاقة متغير الجنس بمطالعة الصحف اليومية السعودية. وعموما، فإن المهنة تعد متغيراً مهماً في قراءة الصحف اليومية السعودية، لصالح أصحاب المهن الوظيفية.

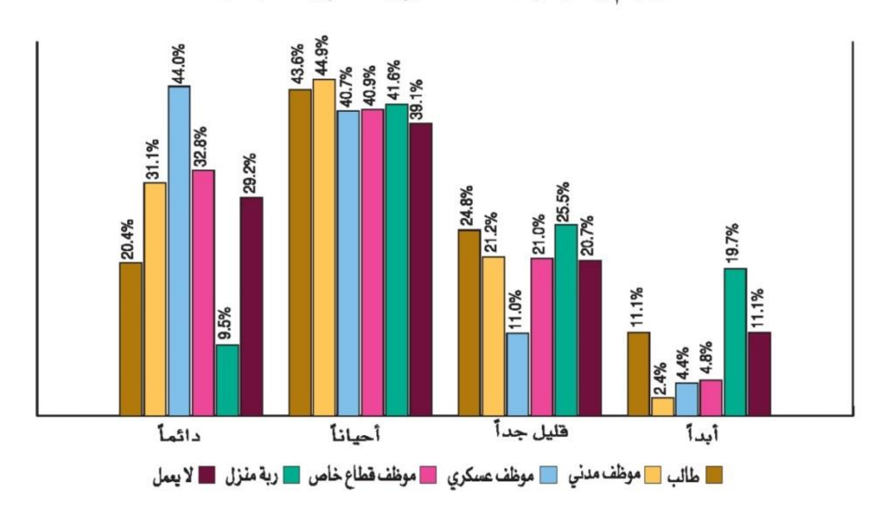
ويمكن فهم هذه النتيجة أيضا عند الأخذ بعين الاعتبار حقيقة أن الصحف السعودية توزع في أماكن العمل مجاناً، بحيث تصل إلى مكاتب الموظفين بسهولة بناءً على عقود مستمرة بين المؤسسات الحكومية بشكل خاص والمؤسسات الصحفية. وهو الأمر الذي سيكون له دور فعّال في زيادة نسبة اطلاع الموظفين على الصحف السعودية.

جدول رقم (1-5) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المهنة

المهنة / درجة الاطلاع	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	380	20.4	170	31.1	40	44.0	61	32.8	13	9.5	79	29.2	16	30.2	759	24.1
أحياناً	813	43.6	245	44.9	37	40.7	76	40.9	57	41.6	106	39.1	21	39.6	1355	43.0
قليل جداً	462	24.8	116	21.2	10	11.0	39	21.0	35	25.5	56	20.7	10	18.9	728	23.1
أبداً	208	11.1	13	2.4	4	4.4	9	4.8	27	19.7	30	11.1	6	11.3	297	9.4
غير مبين	3	0.2	2	0.4	-	-	1	0.5	5	3.6	-	-	-	-	11	0.3
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 175,074 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (1-5) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المهنة



قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (1-6) أن نسبة الذين يقرأون الصحف اليومية السعودية «دائماً» تبلغ 32.5٪ بين حملة شهادة البكالوريوس والدراسات العليا، يليهم الثانوية العامة بنسبة 26.4٪ ثم المتوسطة بنسبة 18.7٪، وأخيراً حملة الشهادة الابتدائية 17.0٪. أما الذين يقرأون تلك الصحف «أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى حملة الشهادة الابتدائية 43.9٪، كما بلغت 43.3٪ لدى حملة شهادة البكالوريوس والدراسات العليا، و42.7٪ لدى حملة الشهادة الثانوية العامة، و 42.2٪ لدى حملة الشهادة المتوسطة. أما الذين يقرأون تلك الصحف «قليل جداً» فتراوحت نسبهم بين 18.8٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا و 25.5٪ لحملة الشهادة المتوسطة. وانخفضت نسبيا نسبة الذين لا يقرأون تلك الصحف «أبداً» لتنحصر بين 4.9٪ لحملة شهادة البكالوريوس والدراسات العليا و 17.0٪ لحملة الشهادة الابتدائية.

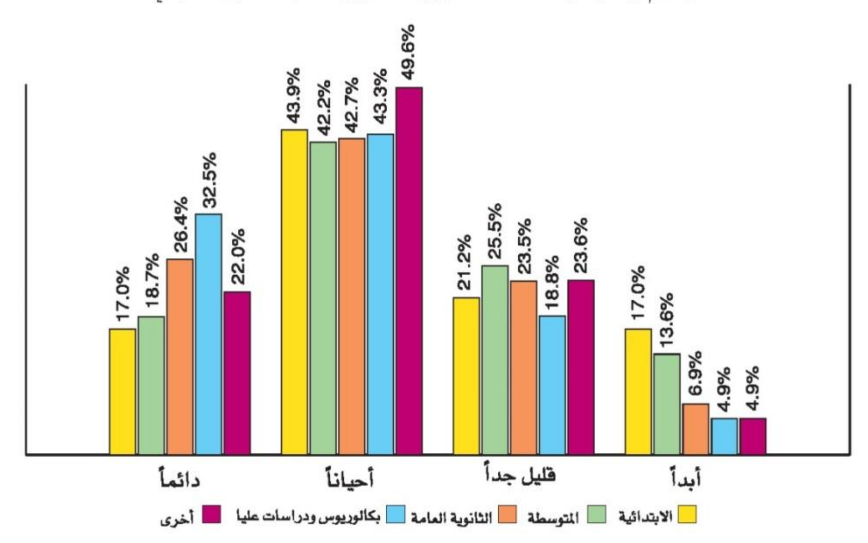
ويشير الجدول إجمالاً إلى وجود علاقة واضحة، سبق أن أكدتها دراسات سابقة، بين مستوى التحصيل العلمي والاطلاع على الصحف اليومية السعودية، وبخاصة في حالة الاطلاع «دائماً»، حيث يتقدم أصحاب المستويات التعليمية الأكبر ثم الذين هم دونهم، وهكذا. ويمكن تفسير ذلك بأن للمستوى التعليمي انعكاساً مباشراً على طبيعة الاحتياجات الاتصالية من جانب، ومن جانب آخر على القدرة المعرفية التي تسمح للفرد البحث عن مزيد من المعلومات والمعارف. وعلى أية حال؛ فإن المستوى التعليمي يعد متغيراً مهماً في عملية الاطلاع على الصحف اليومية السعودية لصالح المستويات التعليمية الأكبر.

جدول رقم (1-6) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة الاطلاع	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	45	17.0	190	18.7	288	26.4	199	32.5	27	22.0	10	23.3	759	24.1
أحياناً	116	43.9	429	42.2	466	42.7	265	43.3	61	49.6	18	41.9	1355	43.0
قليل جداً	56	21.2	259	25.5	257	23.5	115	18.8	29	23.6	12	27.9	728	23.1
أبـــداً	45	17.0	138	13.6	75	6.9	30	4.9	6	4.9	3	7.0	297	9.4
غير مبين	2	0.8	-	-	6	0.5	3	0.5	-	-	-	-	11	0.3
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 113,889 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-6) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المستوى التعليمي



قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (1-7) تقدم المنطقة الغربية بنسبة بلغت 29.7٪ للذين يطالعون الصحف اليومية السعودية «دائماً» في مقابل 26.3٪ للمنطقة الجنوبية، و 26.2٪ للمنطقة الوسطى، و 21.9٪ للمنطقة الشمالية، و 16.3٪ للمنطقة الشرقية. أما بالنسبة للذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» وهم النسبة الغالبة من أفراد العينة فقد جاء الفرق واضحاً لصالح المنطقة الجنوبية بنسبة بلغت 46.7٪ وكذلك المنطقة الوسطى بنسبة 45.2٪، في مقابل المنطقة الغربية التي جاءت فيها نسبة من يطالعون تلك الصحف «أحياناً» 37.3٪. كما بلغت النسبة في المنطقة الشمالية 44.9٪، وفي المنطقة الشرقية 41.1٪.

وقد انعكس ذلك على نسبة الذين لا يطالعون الصحف اليومية السعودية «أبداً» بحسب المناطق، حيث بلغت نسبة هؤلاء في المنطقة الشرقية 14.0٪، في مقابل 5.4٪ في المنطقة الوسطى، و5.7٪ في المنطقة الجنوبية، مسجلة المنطقة الشرقية بذلك فرقا واضحاً في مقابل المنطقتين.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يُعد عاملاً مهماً في تباين مطالعة الصحف السعودية في منطقة ما، مقابل منطقة أخرى. غير أنه من المهم الإشارة إلى أن تباين المطالعة في المناطق قد لا يرتبط بمقروئية الصحف السعودية بشكل عام، ولكن بمدى ارتباط القراء في كل منطقة بصحيفتهم المفضلة، حيث تعد الصحف السعودية بشكل عام صحافة (مناطقية) أكثر من كونها وطنية شاملة وعامة، وقد يفسر ذلك ارتفاع نسبة القراء في مناطق تتوافر بها أكثر من صحيفة كالمنطقة الغربية والمنطقة الوسطى، في مقابل المنطقة الشرقية مثلا التي تتوافر بها صحيفة واحدة. ولعل هذا هو السبب في تقدم كل من المنطقة الغربية والوسطى في القراءة «دائماً»، في حين تأخرت المنطقة الشرقية للمرتبة الأخيرة، وعلى أية حال، فمن الواضح أن المناطق تعد متغيراً مهماً نظراً لمناطقية الصحف، مما يتطلب في أي نشاط إعلامي موجه مخاطبة كل منطقة عبر صحفها المعروفة لضمان وصول الرسالة الإعلامية.

ومن جانب آخر يشير الجدول إلى ارتفاع نسبة مقروئية الصحف في المنطقة الجنوبية على الرغم من أن تلك المنطقة تتوافر بها صحيفة محلية واحدة وهي جريدة الوطن التي لا يمكن اعتبارها صحيفة (مناطيقية) بالمعنى الدقيق الذي قد يقصد عند الحديث عن الصحف الأخرى، حيث تبدو جريدة الوطن ذات اهتمام بالشأن الوطني العام بالقدر الذي قد يميزها عن غيرها من الصحف السعودية. لكن ارتفاع المطالعة في تلك المنطقة قد يعزى إلى كثير من العوامل لعل من أبرزها كون المواد المطبوعة في تلك المنطقة تبدو أكثر قابلية من الناحية الثقافية في مقابل الوسائل الأخرى الإلكترونية وبخاصة قنوات البث الفضائي.

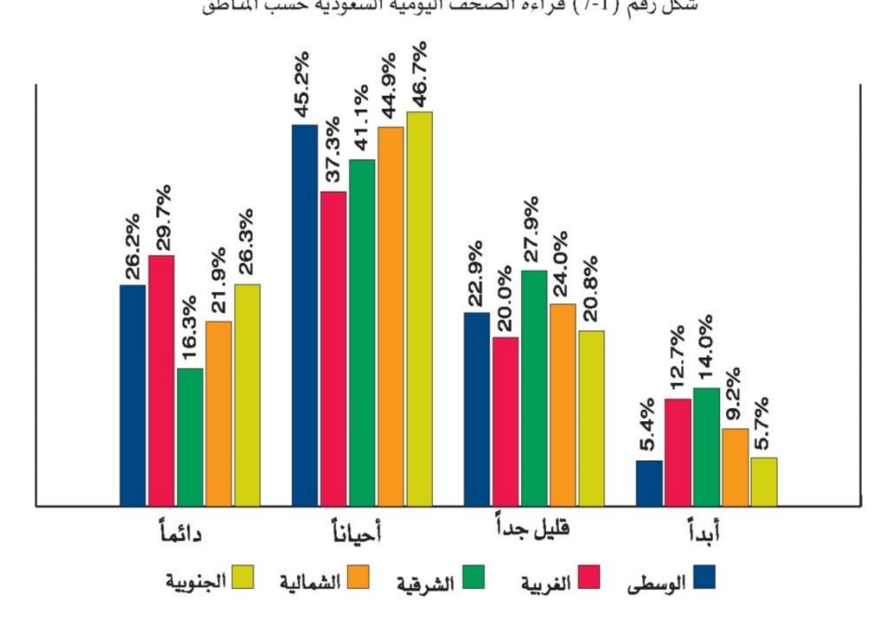
وهذه تعد اعتبارات مهمة من الضروري مراعاتها عند تصميم البرامج والأنشطة الثقافية، بحيث يؤخذ في الاعتبار مدى القبول الثقافي الاجتماعي للوسيلة المستخدمة.

جدول رقم (1-7) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المناطق

المنطقة / درجة الاطلاع	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	165	26.2	187	29.7	103	16.3	138	21.9	166	26.3	759	24.1
أحياناً	285	45.2	235	37.3	259	41.1	283	44.9	294	46.7	1356	43.0
قليل جداً	144	22.9	126	20.0	176	27.9	151	24.0	131	20.8	728	23.1
أبداً	34	5.4	80	12.7	88	14.0	58	9.2	36	5.7	296	9.4
غير مبين	2	0.3	2	0.3	4	0.6	-	-	3	0.5	11	0.3
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 91,423 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-7) قراءة الصحف اليومية السعودية حسب المناطق



الخلاصة:

بشكل عام، اتضح أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تطالع الصحف السعودية «أحياناً» بنسبة بلغت 43.0٪، مسجلة بذلك فارقاً كبيرا جداً عن الذين يطالعونها «دائماً»، حيث بلغت نسبتهم 24.1٪، كما بلغت نسبة الذين يطالعون الصحف بشكل «قليل جداً» 23.1٪. أما الذين لا يطالعون الصحف السعودية «أبداً» فبلغت نسبتهم 9.4٪. وعند محاولة فهم هذه النسبة في ضوء مجموعة الخصائص الذاتية لأفراد العينة؛ اتضح أن الذكور يتقدمون في عملية المطالعة، ومن جانب آخر يدل الانخفاض الملحوظ في تعرض القراء للصحف السعودية وبخاصة في حال التعرض «دائماً» وهو المقياس الذي يمكن الاعتماد عليه لضمان مستوى جيد من التفاعل بين الشباب والصحف السعودية، على أن تعرضهم قد يقود إلى تأثيرات ذات علاقة بتكوين وعيهم بقضايا الشأن العام وأحياناً بقضايا الشؤون الخاصة المتعلقة بمصالحهم واحتياجاتهم.

وباتساق مع الاحتياجات المعرفية والاتصالية ظهر أن أفراد العينة من ذوي الفئة العمرية الأكبر يبدون أكثر اطلاعا على الصحف من الفئة التي دونهم، مع التأكيد على أن النتائج في هذه المرحلة لم تشر بعد إلى طبيعة الموضوعات التي يقرؤها كل من الكبار (25-29سنة) والصغار (15-19سنة)، وقد يؤكد أهمية تلك الاحتياجات الاتصالية في رفع درجة الاطلاع أن قراءة الصحف جاءت مرتفعة أيضاً لدى المستويات الدراسية الأكبر، حيث حملة البكالوريوس والدراسات العليا، يليهم الثانوية العامة ثم المتوسطة وأخيراً الحاصلون على الشهادة الابتدائية. وهذه الحقيقة تؤكد الحاجة إلى إجراءين مهمين في إطار العلاقة الثقافية بين الشباب والصحافة السعودية: الأول، رفع مستوى الطرح الثقافي للصحافة السعودية بما يتواءم مع مستوى القراء

الذين يتمتعون بمستوى دراسي متقدم. الثاني، استقطاب الفئات العمرية الأصغر وذوي التحصيل الدراسي الأول بوسائل مناسبة، قد يكون من بينها دعم مشروعات الصحف المتخصصة.

من جانب آخر، بدت الحالة الاجتماعية غير مؤثرة إلى حدٍ ما على الرغم من وجود مؤشرات لصالح المتزوجين الذين كانوا أكثر إقبالا على قراءة الصحف السعودية من غير المتزوجين، ولذلك أسباب عديدة ربما كان من أبرزها ارتفاع عمر المتزوجين ومستواهم التعليمي وارتباط المتزوجين بالمنزل بشكل أكبر، واعتبار قراءة الصحف من السلوك الاتصالي المنزلي المعتاد والشائع، في حين يجذب غير المتزوجين وسائل اتصالية أخرى.

واتضح كذلك أن الموظفين سواء منهم المدنيون أم العسكريون أم موظفو القطاع الخاص؛ يعدون أكثر قراءة للصحف السعودية من سواهم كنتيجة طبيعية للاحتياجات المعرفية لهذه الفئات والتي ربما تقوم على أهمية امتلاك معلومات وافية عن الأوضاع المحلية والرسمية للمساعدة في أداء المهمات الوظيفية أو لفهم طبيعة تلك المهمات وما قد يطرأ عليها من أحداث ومتغيرات، إضافة إلى توافر عدة نسخ منتظمة من الصحف السعودية في مقار العمل، وذلك نظراً للتوزيع المجاني للصحف في المؤسسات الحكومية، بالشكل الذي لا يحتاج معه الموظفون إلى دفع قيمة الصحف؛ بل يتم توفير تلك الصحف وفق عقود بين المؤسسة الصحفية والمؤسسة الحكومية ذاتها.

الفصل الثالث

قراءة الصحف غير السعودية

تمهيد

قراءة الصحف غير السعودية حسب الجنس

قراءة الصحف غير السعودية حسب العمر

قراءة الصحف غير السعودية حسب الحالة الاجتماعية

قراءة الصحف غير السعودية حسب المهنة

قراءة الصحف غير السعودية حسب المستوى التعليمي

قراءة الصحف غير السعودية حسب المناطق

الخلاصة

قراءة الصحف غير السعودية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى قراءتهم لصحف يومية أخرى غير سعودية، وفيما إذا كانت تلك القراءة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تقرأ تلك الصحف «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب، في المجتمع، في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 1-8 إلى 1-13) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

قراءة الصحف غير السعودية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (1-8) أن نسبة الذين يطلعون على الصحف غير السعودية من الذكور «دائماً» 4.4٪ يقابلهم من الإناث 4.5٪. أما الذين يطالعون الصحف غير السعودية «أحياناً» من الذكور فبلغت نسبتهم 17.3٪ يقابلهم من النساء 18.7٪. وباستقراء هذه النتيجة في ضوء ما سبق في الفصل السابق من انخفاض مستوى اطلاع الإناث على الصحف السعودية، فإنه يمكن فهم الارتفاع النسبي هنا لاطلاع الإناث على الصحف غير السعودية من خلال فهم المستوى المتواضع مهنياً للصفحات المتخصصة في شؤون المرأة وعدم قدرة الصحف السعودية على تلبية احتياجات المرأة بشكل عام، وهو الأمر الذي دفع النساء للاتجاه للاطلاع على الصحف غير السعودية، حيث تجد المرأة ضالتها في الصحافة الواردة من الخارج. من جانب آخر ارتفعت نسبة من يطلعون على الصحف غير السعودية بشكل «قليل جداً»، حيث بلغت عند الذكور نسبة قدرها 24.1٪ يقابلهم من الإناث 23.1٪، لترتفع أكثر بالنسبة للذين لا يطالعون الصحف غير السعودية «أبداً» فتصل إلى نسبة 52.8٪ لدى الذكور في مقابل 52.6٪ لدى الإناث.

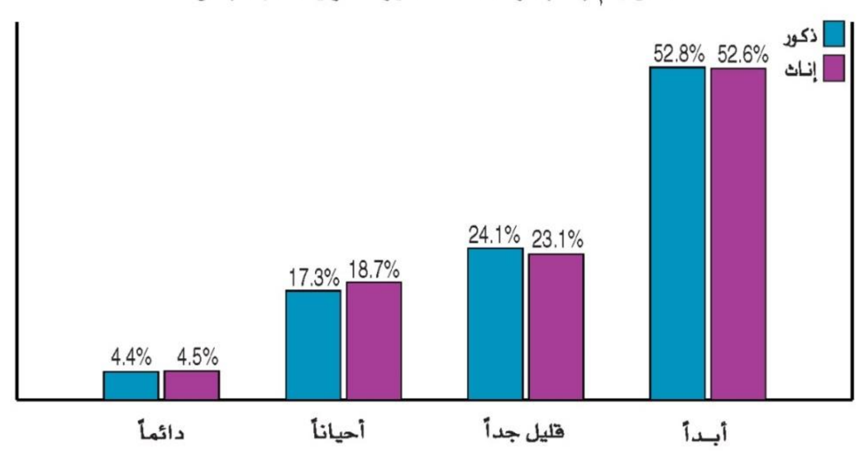
ويشير الجدول إجمالاً إلى الانخفاض العام في مدى مطالعة أفراد العينة للصحف اليومية غير السعودية. كما تدل النتائج أيضا على أنه على الرغم من هذا الانخفاض في مطالعة تلك الصحف، فإن متغير الجنس لا يعد متغيراً مهماً في عملية الاطلاع هذه كما أشارت إلى ذلك قيمة مربع كاي؛ لكنه يعد مؤشراً مهماً في الاطلاع على الصحف غير السعودية في مقابل السعودية كما سبقت الإشارة. ويمكن تفسير الانخفاض العام في مطالعة الصحف غير السعودية في مقابل الصحف السعودية بعدة عوامل؛ من بينها: الانتشار الأكبر للصحف السعودية في السوق المحلي، وتوزيعها بانتظام في الدوائر الرسمية، وسهولة الاشتراك الدوري فيها في مقابل الصحف الأخرى، وكذلك عنايتها الموسعة بالشأن المجتمعي، وقد يضاف إلى ذلك منافسة القنوات الفضائية الدولية واكتفاء شرائح مجتمعية كبيرة بها دون الحاجة لشراء الصحف غير السعودية، وقد تكون تلك الأسباب أدت إلى أن تنحصر قراءة الصحف غير السعودية لدى الفئة النخبوية من أبناء المجتمع، وهي الفئة الأقل بطبيعة الحال.

جدول رقم (1-8) قراءة الصحف غير السعودية حسب الجنس

درجة الاطلاع / الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	70	4.4	71	4.5	141	4.5
أحياناً	272	17.3	294	18.7	566	18.0
قليل جداً	380	24.1	364	23.1	744	23.6
أبداً	831	52.8	829	52.6	1660	52.7
غير مبين	22	1.4	17	1.1	39	1.2
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 1,815 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-8) قراءة الصحف غير السعودية حسب الجنس



قراءة الصحف غير السعودية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (1-9) أن نسبة الذين يطالعون الصحف غير السعودية «دائماً» من الذين تبلغ أعمارهم 15-19 سنة بلغت 4.9٪، ويقابلهم 3.2٪ بالنسبة لمن أعمارهم بين 20-24 سنة، وأخيراً 5.3٪ لمن أعمارهم بين 25-29 سنة. أما الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم لدى الفئة العمرية الأصغر 16.8٪، يقابلهم 17.9٪ للفئة العمرية المتوسطة، ثم 19.2٪ للفئة العمرية الأكبر، وقد أدت تلك النتائج كما ذكر في الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الذين يطالعون الصحف غير السعودية بشكل «قليل جداً»، أو الذين لا يقرأون تلك الصحف «أبداً».

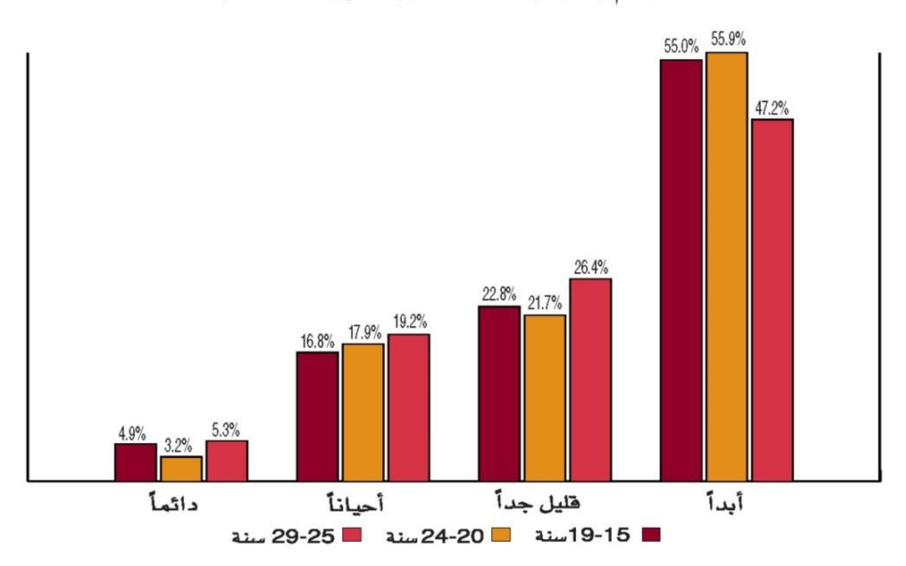
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن تأثير متغير العمر يتضح على الفئة التي تطالع الصحف غير السعودية «أحياناً»؛ حيث ظهر اتجاه للاطلاع على تلك الصحف بشكل أكبر لدى الفئة العمرية الأكبر ثم التي تليها وأخيراً الفئة العمرية الأصغر. غير أن النسبة العامة 4.5٪ التي تطالع الصحف «دائماً» لم تسجل ما يشير إلى أن لمتغير العمر دلالة واضحة؛ مما يضعف أهميته في عملية المطالعة «دائماً»، لتبقى الفئة التي تطالع تلك الصحف «أحياناً» هي الأهم بين أفراد العينة الذين يقرؤون صحفاً غير سعودية.

جدول رقم (1-9) قراءة الصحف غير السعودية حسب العمر

العمر / درجة الاطلاع	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	51	4.9	34	3.2	56	5.3	141	4.5
أحياناً	176	16.8	188	17.9	202	19.2	566	18.0
قليل جداً	239	22.8	228	21.7	277	26.4	744	23.6
أبداً	577	55.0	587	55.9	496	47.2	1660	52.7
غير مبين	7	0.7	13	1.2	19	1.8	39	1.2
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 28,207 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-9) قراءة الصحف غير السعودية حسب العمر



قراءة الصحف غير السعودية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (1-10) أن نسبة غير المتزوجين الذين يطالعون الصحف غير السعودية «دائماً» تبلغ 4.3٪ يقابلهم 5.1٪ من المتزوجين. أما الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم 17.3٪ في مقابل 20.0٪ من المتزوجين، وبالسياق نفسه ارتفعت نسبة من هم «قليل جداً» لتصل إلى 23.7٪ بالنسبة لغير المتزوجين في مقابل 23.3٪ للمتزوجين، كما بلغت نسبة غير المتزوجين الذين لا يطلعون على صحف غير سعودية «أبداً» 53.8٪ في مقابل 49.6٪ من المتزوجين.

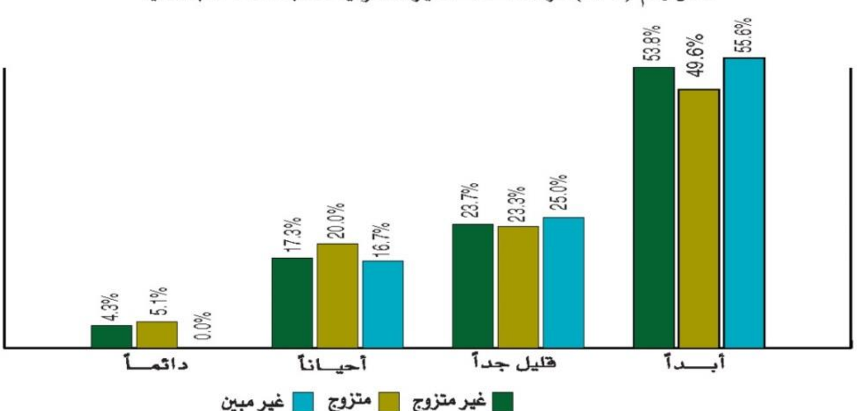
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية لا يعد مهماً في درجة اطلاع أفراد العينة على صحف غير سعودية، كما تؤكد ذلك قيمة كاي. ويمكن النظر إلى الفوارق الطفيفة الموجودة لصالح المتزوجين على أساس علاقتها بمتغيرات أخرى في مقدمتها العمر، وربما المهنة والمستوى التعليمي؛ أكثر من علاقتها بالحالة الاجتماعية، وهو الأمر الذي اتضح في الجدول السابق بالنسبة لمتغير العمر، وسيتضح بالنسبة للمهنة والتعليم في الجدولين التاليين.

جدول رقم (1-10) قراءة الصحف غير السعودية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة الاطلاع	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	98	4.3	43	5.1	-	-	141	4.5
أحياناً	392	17.3	168	20.0	6	16.7	566	18.0
قليل جداً	539	23.7	196	23.3	9	25.0	744	23.6
أبداً	1222	53.8	418	49.6	20	55.6	1660	52.7
غير مبين	21	0.9	17	2.0	1	2.8	39	1.2
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 15,214 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-10) قراءة الصحف غير السعودية حسب الحالة الاجتماعية



قراءة الصحف غير السعودية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (1-11) تقدم الموظفين العسكريين عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في قراءة الصحف غير السعودية في حال القراءة «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 13.2٪، يليهم موظفو القطاع الخاص بفارق طفيف وبنسبة 10.8٪، فالطلاب بنسبة 4.0٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 3.7٪، وأخيراً الموظفون المدنيون، وربات المنازل بنسبة 2.9٪ لكل من الفئتين. أما في حالة القراءة «أحياناً» فقد بلغت نسبة موظفي القطاع الخاص 21.5٪، يليهم الموظفون العسكريون بنسبة 19.8٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 18.3٪، وربات المنازل بنسبة 18.2٪، ثم الطلاب بنسبة 17.7٪، وأخيراً الذين لا يعملون بنسبة 14.8٪. كما بلغت نسبة الذين يقرأون الصحف غير السعودية بشكل «قليل جداً» 29.0٪ لموظفي القطاع الخاص، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 28.2٪، ثم الطلاب بنسبة 23.0٪، والذين لا يعملون بنسبة 22.5٪، والموظفون العسكريون بنسبة 20.9٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 12.4٪. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لا يقرأون الصحف غير السعودية «أبداً»؛ حيث جاءت مرتفعة، وبلغت 61.3٪ لربات المنزل، يليهن الذين لا يعملون بنسبة 58.7٪، ثم الطلاب بنسبة 54.3٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 48.7٪، والموظفون العسكريون بنسبة 44.0٪، وأخيراً موظفو القطاع الخاص بنسبة 38.7٪.

وعلى الرغم من انخفاض نسبة قراءة الصحف غير السعودية بين الشباب بشكل عام؛ فإن الجدول يشير إجمالاً إلى صحة الاستنتاجات السابقة في الجداول السابقة لهذا الموضوع، حيث ترتبط قراءة الصحف غير السعودية بمتغيرات ذات علاقة بالحاجات المعرفية الاتصالية لأفراد العينة أكثر من كونها نمطا اتصاليا معتادا، حيث يتقدم الموظفون العسكريون، وموظفو القطاع الخاص ويأتي بعد ذلك الطلاب. ويمكن فهم هذه النتيجة على أساس من الفهم الدقيق لطبيعة كل فئة من فئات مفردات العينة، فتقدم العسكريين وموظفي القطاع الخاص يمكن فهمه باعتبار أن هاتين الفئتين قد تكونان من أكثر فئات العينة حرصاً على متابعة الشأن الخارجي من حيث مستجدات الشؤون العسكرية من جانب العسكريين، ومن جانب آخر ارتباط موظفي القطاع الخاص بصلات المال والأعمال خارج حدود المجتمع وإقامتهم علاقات تجارية معينة.

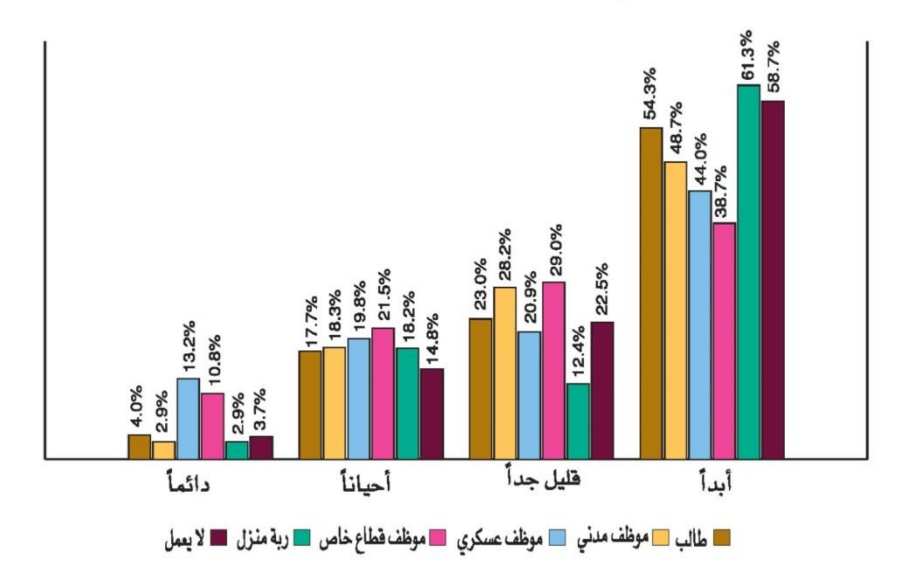
ومن جانب آخر، يلاحظ ورود نسبة ضئيلة للموظفين في القطاع المدني الذين يتابعون الصحف غير السعودية، مما يمكن معه التنبؤ بإكتفاء هذه الفئة بما يتم تداوله في المؤسسات الحكومية من الصحف السعودية التي يتم توزيعها مجاناً على الموظفين.

جدول رقم (1-11) قراءة الصحف غير السعودية حسب المهنة

المهنة / درجة الاطلاع	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	74	4.0	16	2.9	12	13.2	20	10.8	4	2.9	10	3.7	5	9.4	141	4.5
أحياناً	330	17.7	100	18.3	18	19.8	40	21.5	25	18.2	40	14.8	14	26.4	567	18.0
قليل جداً	429	23.0	154	28.2	19	20.9	54	29.0	17	12.4	61	22.5	9	17.0	743	23.6
أبداً	1014	54.3	266	48.7	40	44.0	72	38.7	84	61.3	159	58.7	25	47.2	1660	52.7
غير مبين	19	1.0	10	1.8	2	2.2	-	-	7	5.1	1	0.4	-	-	39	1.2
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 100,316 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-11) قراءة الصحف غير السعودية حسب المهنة



قراءة الصحف غير السعودية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (1-12) أن نسبة الذين يقرأون الصحف اليومية غير السعودية من حملة الشهادة الابتدائية «دائماً» 5.7٪، يليهم حملة البكالوريوس والدراسات العليا بنسبة 4.9٪، ثم المتوسطة بنسبة 4.7٪، وأخيراً حملة الثانوية العامة بنسبة 4.1٪. أما الذين يقرأون تلك الصحف «أحياناً» فتراوحت نسبهم بين 20.1٪ للمرحلة الابتدائية، و 19.3٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا، و 18.0٪ للثانوية العامة، و17.5٪ لحملة الشهادة المتوسطة. وتبدأ النسب في الارتفاع لمن يقرأون تلك الصحف «قليل جداً» لتصل إلى 27.0٪ لدى حملة البكالوريوس والدراسات العليا، يليهم حملة الثانوية العامة بنسبة 23.4٪، ثم المتوسطة بنسبة 22.3٪، وأخيراً الابتدائية بنسبة 18.6٪. وارتفعت النسب بالنسبة للذين لا يقرأون تلك الصحف «أبداً» لتصل إلى 54.5٪ لدى حملة المرحلة المتوسطة، و 53.8٪ حملة الشهادة الابتدائية، و 52.9٪ حملة الثانوية العامة، وأخيراً 47.7٪ للبكالوريوس والدراسات العليا.

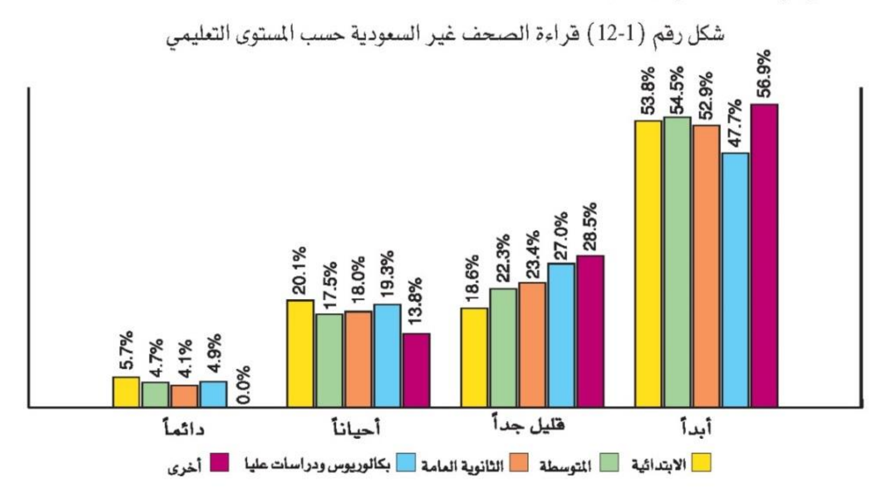
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن المتغيرات الشخصية قد لا تدل على فوارق ذات أهمية؛ حيث اضطرب هنا متغير المستوى التعليمي لتقل إمكانية الاستناد إليه في فهم طبيعة قراءة الصحف اليومية غير السعودية، وهو ما تؤكده قراءة قيمة مربع كاي، مما يشير من جديد إلى أن تلك القراءة إنما تتم لاعتبارات أخرى قد تكون على علاقة مباشرة بالحاجات الاتصالية الوظيفية، حيث تقدم أصحاب المهن العسكرية في الجدول السابق، أو تجارية، حيث يتقدم موظفو القطاع الخاص في الجدول السابق أيضاً. ومعلوم أن هذين المجالين قد يرتادهما من هم من حملة الشهادات الدراسية الدنيا.

جدول رقم (1-12) قراءة الصحف غير السعودية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة الاطلاع	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	15	5.7	48	4.7	45	4.1	30	4.9	-	-	3	7.0	141	4.5
أحياناً	53	20.1	178	17.5	197	18.0	118	19.3	17	13.8	4	9.3	567	18.0
قليل جداً	49	18.6	227	22.3	256	23.4	165	27.0	35	28.5	11	25.6	743	23.6
أبـــداً	142	53.8	554	54.5	578	52.9	292	47.7	70	56.9	24	55.8	1660	52.7
غير مبين	5	1.9	9	0.9	16	1.5	7	1.1	1	0.8	1	2.3	39	1.2
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 26,868 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-12) قراءة الصحف غير السعودية حسب المستوى التعليمي



قراءة الصحف غير السعودية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (1-13) أن النسبة الأضعف لمن يطالعون صحفاً غير سعودية «دائماً» كانت في المنطقة «الجنوبية» لتصل إلى 2.7٪ وهي نسبة مساوية للمنطقة الشمالية أيضاً يليها المنطقة الوسطى بنسبة 3.8٪ ثم الشرقية بنسبة 4.1٪ ، وأخيراً المنطقة الغربية بنسبة 9.0٪. أما الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً» فبلغت نسبتهم في المنطقة الشمالية 12.4٪، يليهم المنطقة الجنوبية 14.9٪ ، ثم المنطقة الوسطى بنسبة بلغت 19.0٪، فالمنطقة الشرقية بنسبة 20.2٪ ، في حين سجلت المنطقة الغربية النسبة الأكبر حيث بلغت 23.3٪. أما الذين يطالعون الصحف غير السعودية بشكل «قليل جداً» فقد تراوحت نسبهم بين 18.6٪ في المنطقة الغربية، و30.0٪ في المنطقة الشرقية، لتسجل المنطقة الشمالية نسبة قدرها 21.0٪، والمنطقة الجنوبية 23.7٪، والمنطقة الوسطى 24.9٪.

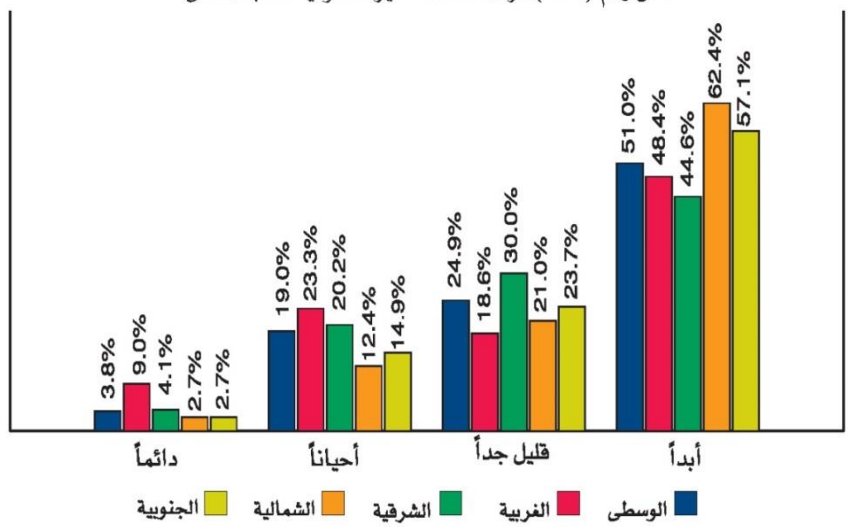
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في مدى قراءة أفراد العينة الصحف غير السعودية، وتتقدم المنطقتان الغربية والشرقية عن بقية المناطق بالنسبة لمن يطالعون تلك الصحف «دائماً» أو «أحياناً». وترتبط هذه النتيجة كما يبدو بما لكل من المنطقة الغربية والشرقية من صلات مع العالم الخارجي بقدر يفوق المناطق الأخرى بشكل عام، وذلك نتيجة للتفاعلات المستمرة بين سكان هاتين المنطقتين والقادمين من خارجها، إما للحج والعمرة بشكل خاص بالنسبة للمنطقة الغربية، أو عبر التفاعلات الثقافية والتجارية المستمرة بين سكان المنطقة الشرقية ودول الخليج العربي المجاورة.

جدول رقم (1-13) قراءة الصحف غير السعودية حسب المناطق

المنطقة / درجة الاطلاع	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	24	3.8	57	9.0	26	4.1	17	2.7	17	2.7	141	4.5
أحياناً	120	19.0	147	23.3	127	20.2	78	12.4	94	14.9	566	18.0
قليل جداً	157	24.9	117	18.6	189	30.0	132	21.0	149	23.7	744	23.6
أبداً	321	51.0	305	48.4	281	44.6	393	62.4	360	57.1	1660	52.7
غير مبين	8	1.3	4	0.6	7	1.1	10	1.6	10	1.6	39	1.2
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 114,905 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-13) قراءة الصحف غير السعودية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح أن النسبة الغالبة من أفراد العينة لا يطالعون الصحف غير السعودية «أبداً» حيث بلغت نسبتهم 52.7٪، وقد بلغت نسبة من يطالعون تلك الصحف «دائماً» 4.5٪ مسجلة بذلك فارقاً كبيراً عن الذين يطالعون تلك الصحف «أحياناً»، حيث بلغت نسبتهم 18.0٪ ، كما بلغت نسبة الذين يطالعون بشكل «قليل جداً» 23.6٪.

وبالنظر إلى المدى العام لمطالعة الصحف غير السعودية سواء كانت المطالعة «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، فإن النسبة تبلغ 46.1٪ وهي نسبة ذات دلالة مهمة في عملية التأثير المتوقع للإعلام الدولي على فئة الشباب في المجتمع السعودي بشكل عام، وهي نسبة من جانب آخر، تؤكد أن ثمة نزعة لدى الشباب بشكل عام لاستهلاك المواد الإعلامية والصحافية بشكل خاص القادمة من الخارج مع كل ما تحمله من أبعاد فكرية، وثقافية، واجتماعية، الأصل فيها أنها تقدم وفق رؤية فنية احترافية، مما يزيد من قدرتها على التأثير في المتلقي ومنافستها للصحافة السعودية. وقد تم فحص العلاقة بين عملية الاطلاع تلك، ومجموعة الخصائص الشخصية لأفراد العينة، واتضح أن الفروق طفيفة غالباً ولا يمكن الاستناد إليها لتحديد نوع ما من العلاقة، ويستثنى من ذلك متغيرات العمر والمهنة والمناطق، حيث اتضح بدرجة لا بأس بها أن الأكبر سناً يقرؤون تلك الصحف بشكل أكثر، كما اتضح أن أصحاب المهن العسكرية وموظفي القطاع الخاص قد تقدموا على الفئات الوظيفية الأخرى. وقد تم تفسير ذلك بأن مطالعة الصحف غير السعودية لدى أفراد العينة، ترتبط بطبيعة الاحتياجات المعرفية والاتصالية الخاصة بفئة دون أخرى أكثر من كونها نمطاً اتصالياً مترسخاً في المجتمع.

وبذلك تقدم العسكريون الذين يمكن فهم تقدمهم في ضوء احتياجاتهم المعرفية، ومتابعتهم للمستجدات في مناطق مختلفة من العالم، في حين ارتفعت نسبة موظفي القطاع الخاص باعتبار احتياجاتهم في تكوين علاقات وصلات خارجية غالباً ما تكون ذات ارتباط بطبيعة الأعمال التجارية التي يؤدونها.

ومن دون شك أن مثل هذه الصلات مع الإعلام الوافد ستكون ذات دلالة واضحة على إمكانية تحقق تأثيرات معينة على المستويين الثقافي والاجتماعي الذي تحمله تلك الوسائل غير السعودية.

واتضح كذلك أن أفراد العينة في المنطقتين الغربية والشرقية قد تقدموا على غيرهم في المناطق الأخرى في عملية القراءة تلك، حيث يمكن فهم تقدم هاتين المنطقتين على غيرهما في إطار قدرتهما الأكبر على الاتصال المباشر مع أصحاب الثقافات الأخرى من الحجاج والمعتمرين بالنسبة للمنطقة الغربية، ودول الجوار بالنسبة للمنطقة الشرقية، مما يرفع مستوى تطلع سكان هاتين المنطقتين إلى التعرض لوسائل الإعلام غير السعودية.

وثمة خلاصة مهمة تعود لمتغير الجنس، حيث اتضح ارتفاع نسبي لدى الإناث اللاتي يطالعن الصحف غير السعودية، ليس في مقابل الذكور ولكن في مقابل نسبة الإناث ذاتهن اللاتي يطالعن الصحف السعودية بناءً على نتائج الفصل السابق، وكان في ذلك إشارة واضحة إلى الرغبة الأكبر لدى الإناث للاطلاع على الصحف غير السعودية، ربما لأسباب تعود للنقص في قدرة الإعلام المطبوع المتخصص في شؤون المرأة السعودية على تلبية احتياجاتها المعرفية.

الفصل الرابع

الاستماع إلى الإذاعة السعودية

تمهيد

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب الجنس

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب العمر

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب الحالة الاجتماعية

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب المهنة

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب المستوى التعليمي

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب المناطق

الخلاصة

الاستماع إلى الإذاعة السعودية

تمهيد :

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى استماعهم للإذاعة السعودية، وفيما إذا كان استماعهم يتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تستمع للإذاعة السعودية «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع، في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال. وكذلك بهدف قياس تأثير مدى سماع الإذاعة على الشباب، ومساهمة ذلك في تكوينهم العقلي والثقافي، ومدى ما يعكسه من تأثيرات على مواقفهم بشكل عام. والجداول (من 3-20 إلى 3-25) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (1-14) أن الفروق بحسب الجنس بين أفراد العينة قد اقتصرت على فروق طفيفة، حيث بلغت نسبة الذكور الذين يستمعون للإذاعة السعودية «دائماً» 12.6٪، في مقابل 9.3٪ للإناث. أما الذين يستمعون للإذاعة السعودية «أحياناً» من الذكور، فقد بلغت نسبتهم 30.9٪، في مقابل 29.8٪ من الإناث. ومن جانب آخر، بلغت نسبة الذين لا يستمعون للإذاعة السعودية «أبداً» من الذكور 27.2٪ في مقابل 34.5٪ من الإناث، مسجلة النتائج بذلك فرقاً واضحاً بين الجنسين.

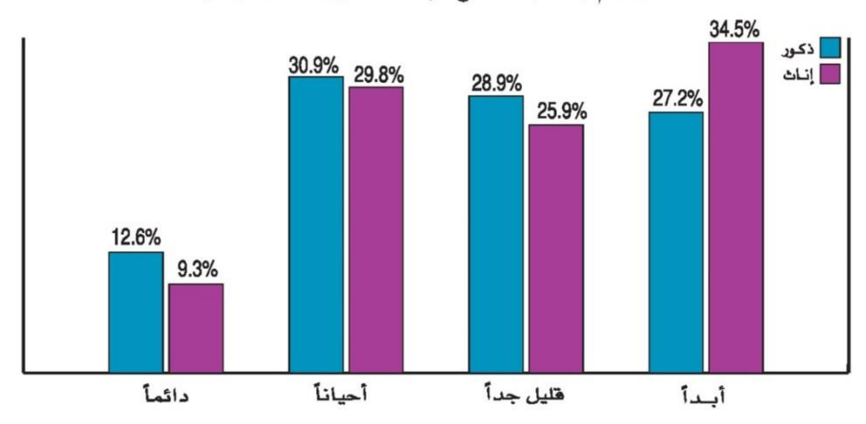
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً غير مهم في مدى الاستماع للإذاعة السعودية بالنسبة لأفراد العينة الذين يستمعون للإذاعة سواء كان الاستماع «دائماً» أم «أحياناً» أم «قليل جداً»، لكن متغير الجنس يبدو أكثر أهمية عند قياس عزوف نسبة من أفراد العينة عن الاستماع للإذاعة، حيث ظهر أن الإناث أكثر عزوفاً من الذكور عن الاستماع للإذاعة السعودية، وهو الأمر الذي توضحه قيمة مربع كاي، وقد يفسر هذا الفرق لصالح الذكور بأن الاستماع للإذاعة عموما في العصر الحاضر إنما يتم أثناء قيادة السيارة أكثر من أي وقت آخر، وحيث أن النساء لا يقدن السيارات في المجتمع السعودي، فمن المتوقع أن يقل استماعهن للإذاعات عموما في مقابل الرجال. وذلك بطبيعة الحال مؤشر على أن الإذاعة السعودية ليست وسيلة إعلامية ذات جذب جماهيري، حيث لو كانت كذلك لتحقق الاستماع إليها حتى في أوقات أخرى، وفي المنزل أيضاً.

جدول رقم (1-14) الاستماع للإذاعة السعودية حسب الجنس

الجنس / درجة الاستماع	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	199	12.6	147	9.3	346	11.0
أحياناً	486	30.9	470	29.8	956	30.3
قليل جداً	455	28.9	408	25.9	863	27.4
أبداً	429	27.2	543	34.5	972	30.9
غير مبين	6	0.4	7	0.4	13	0.4
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100

قيمة مربع كاي = 23,622 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-14) الاستماع للإذاعة السعودية حسب الجنس



الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (1-15) أن نسبة الذين يستمعون للإذاعة السعودية «دائماً» ممن أعمارهم بين 25-29 تبلغ 13.9٪، يليهم من أعمارهم بين 20-24سنة بنسبة تبلغ 10.1٪، ثم من أعمارهم 15-19 سنة حيث بلغت نسبتهم 9.2٪. كما بلغت نسبة الذين يستمعون الإذاعة «أحياناً» نسبة مرتفعة لدى الفئة العمرية الأكبر 25-29سنة وهي 36.1٪، مسجلة بذلك فرقا واضحاً بينها وبين الفئتين الأخريين اللتين بلغت نسبتهما 28.3٪ للفئة الأصغر، و26.7٪ للفئة العمرية الوسطى، حيث يلاحظ انخفاض النسبة في حالتي الاستماع «دائماً» و«أحياناً»، فقد انعكست هذه النتائج على الحالات الأخرى، حيث جاءت نسبة الذين يستمعون للإذاعة السعودية «قليل جداً» نسبة مرتفعة تراوحت بين 26.0٪ و 28.3٪، وتراوحت نسبة الذين لا يستمعون الإذاعة السعودية «أبداً» بين 34.5٪ و 23.6٪.

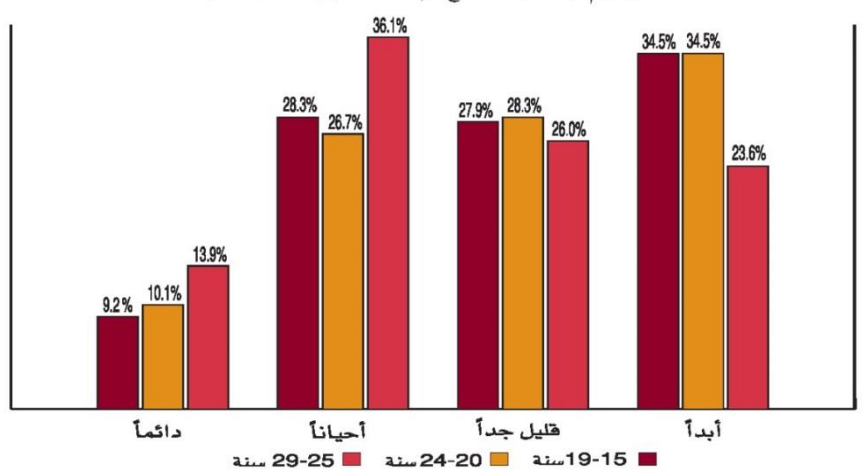
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً في عملية الاستماع للإذاعة السعودية، وذلك لصالح الفئة العمرية الأكبر في مقابل الفئة العمرية التي دونها؛ حيث يوجد ارتباط طردي بين العمر والاستماع للإذاعة السعودية، ويبدو أن هذه النتيجة تعد نتيجة طبيعية لارتباط الاستماع للإذاعة السعودية (وهي الإذاعة الرسمية للمملكة) بمصالح معرفية ورسمية أكثر من الاستماع إليها للمعلومات والمعارف العامة والمتخصصة، أو للترفيه والتسلية، أو حتى للمشاركة في البرامج الجماهيرية، حيث تعد الإذاعة السعودية في بيئة تنافسية قوية مع الإذاعات الخاصة، وبشكل محدد مع إذاعات mbc، وهو الأمر الذي قد يكون أفقدها قاعدة عريضة من الجمهور المتوقع، ولذلك بقي الاستماع للإذاعة السعودية محدوداً، وهو أيضا يتم لدى من هم أكبر سناً، ومن ينتظرون من الإذاعة السعودية الخبر والمعلومة ذات العلاقة ربما بطبيعة اهتماماتهم الوظيفية.

جدول رقم (15-1) الاستماع للإذاعة السعودية حسب العمر

العمر / درجة الاستماع	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	94	9.2	106	10.1	146	13.9	346	11.0
أحياناً	297	28.3	280	26.7	379	36.1	956	30.3
قليل جداً	293	27.9	297	28.3	273	26.0	863	27.4
أبداً	362	34.5	362	34.5	248	23.6	972	30.9
غير مبين	4	0.4	5	0.5	4	0.4	13	0.4
المجموع	1052	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 54,992 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (15-1) الاستماع للإذاعة السعودية حسب العمر



الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (1-16) أن نسبة المتزوجين الذين يستمعون للإذاعة السعودية «دائماً» 14.3٪، مسجلين بذلك فرقا بسيطاً في مقابل 9.8٪ لغير المتزوجين. أما الذين يستمعون للإذاعة «أحياناً»، فقد بلغت نسبة المتزوجين منهم 36.3٪ مسجلين فرقا واضحاً في مقابل 28.3٪ لغير المتزوجين، وقد أدت هذه النتائج إلى النتائج المتعلقة بمن هم «قليل جداً» أو لا يستمعون «أبداً» للإذاعة بنسب مرتفعة بين غير المتزوجين الذين بلغت نسبة من يستمعون بشكل «قليل جداً» 28.8٪ في مقابل 23.4٪ للمتزوجين. وجاءت نسبة الذين لا يستمعون للإذاعة «أبداً» من غير المتزوجين 32.6٪ في مقابل 25.9٪ للمتزوجين.

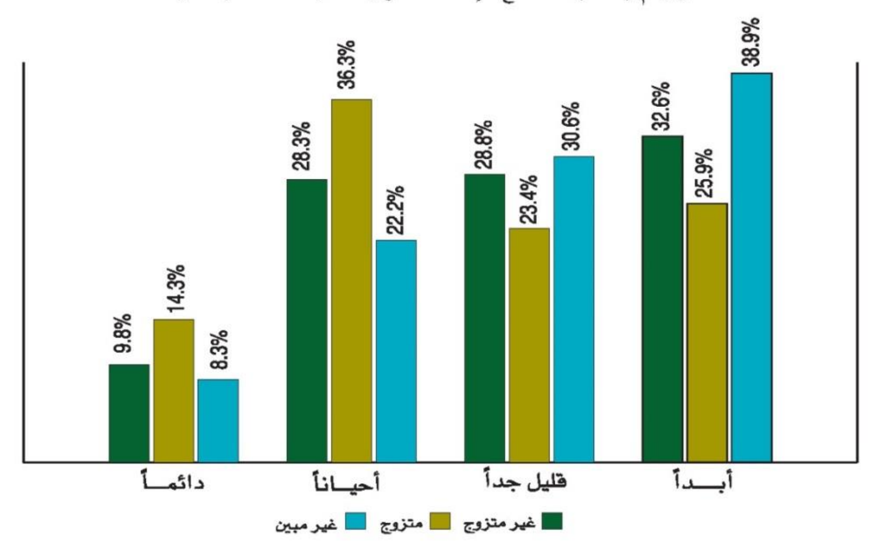
ويشير الجدول إجمالاً إلى أنه يمكن النظر إلى متغير الحالة الاجتماعية باعتباره متغيراً مهماً في معظم الحالات، ولكن ربما ليس لهذا المتغير بذاته؛ بل لعلاقته بمتغيرات أخرى، فقد اتضح أن المتزوجين أكثر استماعا للإذاعة السعودية من غير المتزوجين بفرق يتراوح بين البسيط والواضح، وكذلك الشيء نفسه بالنسبة لمن يقل أو ينعدم استماعهم للإذاعة السعودية، حيث يتقدم في هذه الحالة المتزوجون لترتفع نسبة غير المتزوجين. ويمكن تفسير هذه النتيجة عبر الاستناد إلى نتائج الجدول السابق، حيث تقدم الذين هم أكبر سناً على من هم دونهم في عملية الاستماع للإذاعة السعودية، وبذلك كان طبيعيا أن يتقدم المتزوجون هنا على غير المتزوجين، ليس لمتغير الحالة الاجتماعية، ولكن ربما كان الأقرب للفهم هو تلازم الزواج مع العمر، والعمر مع الحاجات المعرفية الرسمية، وهكذا، مما جعل المتزوجين يبدون أكثر استماعاً للإذاعة السعودية من غير المتزوجين، غير أن هذه النتيجة يجب أن تفهم في إطار الانخفاض العام للاستماع للإذاعة السعودية.

جدول رقم (1-16) الاستماع للإذاعة السعودية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة الاستماع	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	223	9.8	120	14.3	3	8.3	346	11.0
أحياناً	642	28.3	306	36.3	8	22.2	956	30.3
قليل جداً	655	28.8	197	23.4	11	30.6	863	27.4
أبداً	740	32.6	218	25.9	14	38.9	972	30.9
غير مبين	12	0.5	1	0.1	-	-	13	0.4
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 43,858 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-16) الاستماع للإذاعة السعودية حسب الحالة الاجتماعية



الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (1-17) تقدم الموظفين العسكريين عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في الاستماع للإذاعة السعودية في حال الاستماع «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 17.6٪، ويليهم الموظفون المدنيون بنسبة 15.0٪، يليهم ربات المنازل بنسبة 12.4٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 10.3٪، وموظفو القطاع الخاص بنسبة 9.7٪، وأخيراً الطلاب بنسبة 9.4٪. أما في حالة الاستماع «أحياناً» فقد بلغت نسبة الموظفين المدنيين 37.0٪، يليهم الموظفون العسكريون وموظفو القطاع الخاص بنسبة 36.3٪ لكل من الفئتين، ثم الذين لا يعملون بنسبة 32.1٪، ثم الطلاب بنسبة 27.9٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 25.5٪. وتراوحت نسبة الذين يستمعون بشكل «قليل جداً» بين 31.9٪ للموظفين العسكريين و 19.0٪ لربات المنازل. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لا يستمعون للإذاعة السعودية «أبداً» لتصل إلى 42.3٪ لربات المنازل، يليهن الطلاب بنسبة 33.8٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 33.2٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 26.9٪، والموظفون المدنيون بنسبة 21.2٪، وأخيراً الموظفون العسكريون بنسبة 14.3٪.

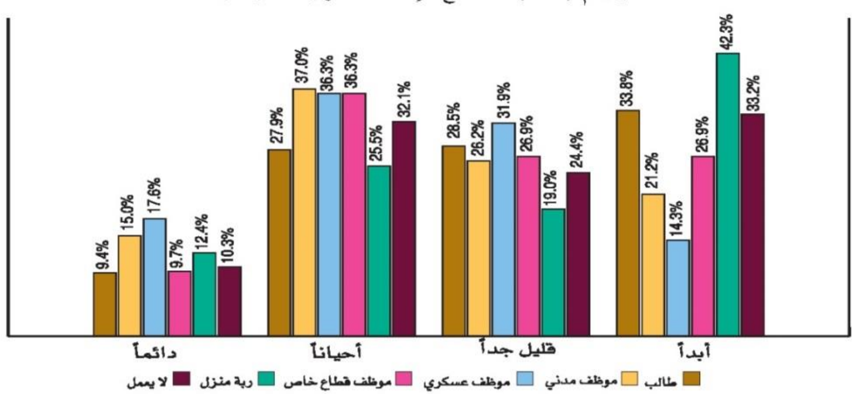
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن الموظفين العسكريين والمدنيين قد جاءوا في مقدمة الفئات التي تستمع للإذاعة السعودية، وبخاصة في حالة الاستماع «دائماً». ويؤكد ذلك أن الاستماع للإذاعة السعودية بشكل عام، كما كانت الحالة بالنسبة لمشاهدة قنوات التلفزيون السعودي أو قراءة الصحف السعودية؛ يعد استماعاً وظيفياً موجهاً للمصلحة المعرفية الرسمية للفرد أكثر منه استماعاً عاماً. وبالتالي تتقدم الفئات الأكثر حاجة للاستماع للإذاعة الرسمية المحلية على غيرها من الفئات الأخرى التي قد تجد في إذاعات أخرى ما يشبع حاجاتها الاتصالية المعرفية العامة. وقد كان ذلك الأمر واضحاً في مجمل نتائج الجداول السابقة.

جدول رقم (1-17) الاستماع للإذاعة السعودية حسب المهنة

المهنة / درجة الاستماع	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	175	9.4	82	15.0	16	17.6	18	9.7	17	12.4	28	10.3	10	18.9	346	11.0
أحياناً	520	27.9	202	37.0	33	36.3	68	36.3	35	25.5	87	32.1	11	20.8	956	30.3
قليل جداً	531	28.5	143	26.2	29	31.9	50	26.9	26	19.0	66	24.4	19	35.8	864	27.4
أبداً	631	33.8	116	21.2	13	14.3	50	26.9	58	42.3	90	33.2	13	24.5	971	30.8
غير مبين	9	0.5	3	0.5	-	-	-	-	1	0.7	-	-	-	-	13	0.4
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 86,399 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-17) الاستماع للإذاعة السعودية حسب المهنة



الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (1-18) أن نسبة الذين يستمعون للإذاعة السعودية من أفراد العينة «دائماً» تبلغ لدى الحاصلين على الشهادة الابتدائية 14.4٪، يليهم الحاصلون على درجة البكالوريوس والدراسات العليا بنسبة 12.6٪، ثم المرحلة المتوسطة بنسبة 10.2٪، وأخيراً المرحلة الثانوية بنسبة 9.8٪. أما الذين يستمعون للإذاعة «أحياناً»؛ فتبلغ نسبتهم لدى الحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا 36.3٪، ولدى الحاصلين على الشهادة الابتدائية 29.9٪، ولدى الحاصلين على الثانوية العامة 29.7٪، وأخيراً 26.9٪ لحملة المتوسطة. أما الذين يستمعون للإذاعة «قليل جداً»؛ فبلغت نسبتهم لدى الحاصلين على الثانوية العامة 28.6٪، ولدى البكالوريوس والدراسات العليا 28.4٪، ثم 26.5٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة، وأخيراً الحاصلون على المرحلة الابتدائية بنسبة 25.4٪. وقد أدت هذه النتائج المنخفضة نسبياً إلى الارتفاع النسبي أيضاً للذين لا يستمعون للإذاعة السعودية «أبداً»؛ حيث بلغت نسبتهم لدى الحاصلين على الشهادة المتوسطة 35.8٪، و 31.5٪ للحاصلين على المرحلة الثانوية، و 30.3٪ للحاصلين على المرحلة الابتدائية، وأخيراً 22.4٪ للحاصلين على درجة البكالوريوس.

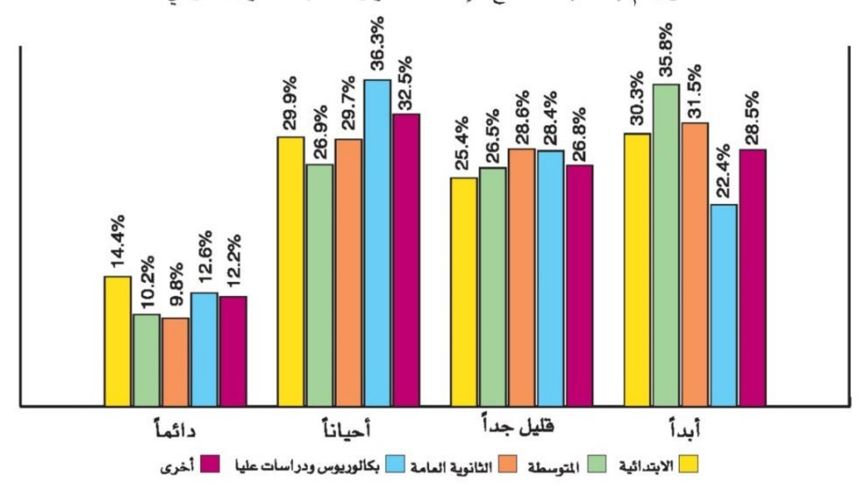
ويشير الجدول إجمالاً إلى الاستنتاج السابق أن الاستماع للإذاعة السعودية يمكن اعتباره استماعاً وظيفياً أكثر منه استماعاً عاماً جماهيرياً، فقد تمت ملاحظة أن النسبة الأعلى من الذين يستمعون للإذاعة بحسب مستواهم التعليمي كانوا من حملة الشهادة الابتدائية وبخاصة في حال الاستماع للإذاعة «دائماً»، مما يشير إلى تدني العلاقة بين المستوى التعليمي والاستماع للإذاعة السعودية، لكنه من جانب آخر يؤكد ما ظهر في الجدول السابق من ارتفاع نسبة الموظفين العسكريين الذين يستمعون للإذاعة السعودية، ومن المعلوم أن الشهادة الابتدائية تعد كافية للانخراط في عدد من الوظائف العسكرية، مما قد يتضح معه تجاه النتيجة في هذا الجدول لارتفاع نسبة من يستمعون للإذاعة السعودية من الحاصلين على الشهادة الابتدائية، لتأتي بعد ذلك النتائج بشيء من الاضطراب مؤكدة ضعف العلاقة من جديد بين المستوى التعليمي والاستماع للإذاعة السعودية.

جدول رقم (1-18) الاستماع للإذاعة السعودية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة الاستماع	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	38	14.4	104	10.2	107	9.8	77	12.6	15	12.2	5	11..6	346	11.0
أحياناً	79	29.9	273	26.9	324	29.7	222	36.3	40	32.5	18	41.9	956	30.3
قليل جداً	67	25.4	269	26.5	312	28.6	174	28.4	33	26.8	9	20.9	864	27.4
أبـــداً	80	30.3	364	35.8	344	31.5	137	22.4	35	28.5	11	25.6	971	30.8
غير مبين	-	-	6	0.6	5	0.5	2	0.3	-	-	-	-	13	0.4
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 47,753 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-18) الاستماع للإذاعة السعودية حسب المستوى التعليمي



الاستماع إلى الإذاعة السعودية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (1-19) وجود فروق بين أفراد العينة تراوحت بين الطفيفة والبسيطة لمن يستمعون للإذاعة السعودية «دائماً»، وجاء هذا الفرق لصالح المنطقة الجنوبية التي سجلت أعلى نسبة استماع بلغت 13.2٪، في مقابل المنطقة الشرقية التي سجلت أقل نسبة بلغت 8.9٪. وقد جاءت النتائج متسقة أيضاً بالنسبة للذين يستمعون للإذاعة «أحياناً»؛ حيث تقدمت المنطقة الجنوبية بنسبة بلغت 38.1٪، بفارق كبير جداً في مقابل المنطقة الشرقية التي بلغت نسبة من يستمعون الإذاعة السعودية «أحياناً» فيها 21.3٪. وتتراوح المناطق الأخرى بين هاتين النسبتين. وفي اتساق مع هذه النتيجة ارتفعت نسبة المنطقة الشرقية لتصل إلى 30.8٪ لمن يستمعون الإذاعة «قليل جداً» و 38.9٪ لمن لا يستمعون للإذاعة «أبداً».

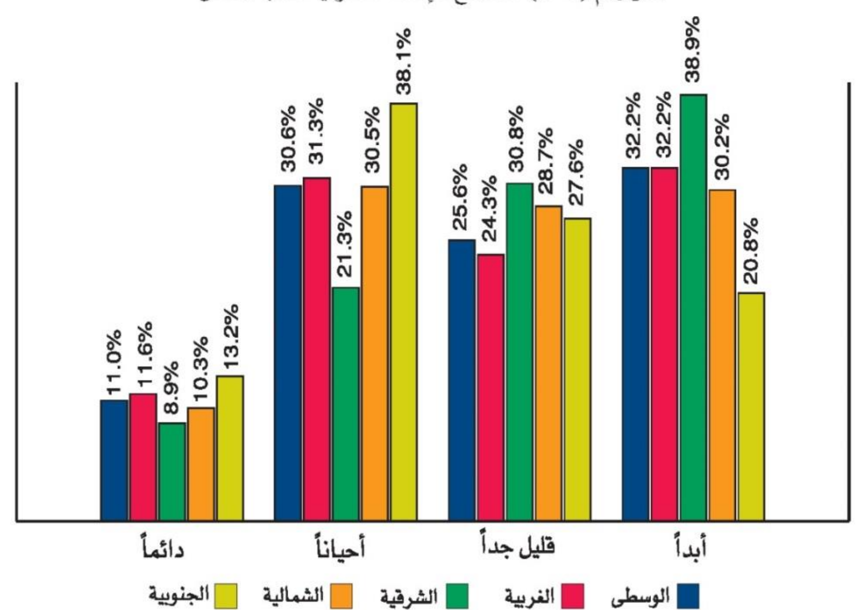
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في عملية الاستماع للإذاعة السعودية، حيث أوضحت النتائج تقاربا في مدى الاستماع للإذاعة في كل من المنطقة الوسطى، والغربية، والشمالية، بنسب متوسطة، في حين ترتفع نسبة الاستماع بشكل ملحوظ في المنطقة الجنوبية وتنخفض بشكل ملحوظ أيضاً في المنطقة الشرقية. ولهذه النتائج كما يبدو علاقة وثيقة بالثقافة الاتصالية التي سبقت الإشارة إليها، فحيث تبدو بعض المناطق أكثر التصاقا بالموروث المحلي ترتفع لديها نسبة الاستماع للإذاعة السعودية، وهذه الحال تنطبق على المنطقة الجنوبية ثم الشمالية والوسطى، في حين تؤثر ثقافة الاتصال الأكثر انفتاحا على وسائل الاتصال الأخرى في ضعف عملية الاستماع للإذاعة السعودية في المنطقة الشرقية وتبقى المنطقة الغربية مسجلة ارتفاعاً نسبياً في مدى الاستماع في مقابل المنطقة الشرقية.

جدول رقم (1-19) الاستماع للإذاعة السعودية حسب المناطق

المنطقة / درجة الاستماع	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	69	11.0	73	11.6	56	8.9	65	10.3	83	13.2	346	11.0
أحياناً	193	30.6	197	31.3	134	21.3	192	30.5	240	38.1	956	30.3
قليل جداً	161	25.6	153	24.3	194	30.8	181	28.7	174	27.6	863	27.4
أبداً	203	32.2	203	32.2	245	38.9	190	30.2	131	20.8	972	30.9
غير مبين	4	0.6	4	0.6	1	0.2	2	0.3	2	0.3	13	0.4
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 80,332 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-19) الاستماع للإذاعة السعودية حسب المناطق



الخلاصة:

أوضحت النتائج ارتفاع نسبة من لا يستمعون للإذاعة السعودية «أبداً»؛ حيث بلغت نسبتهم 30.9٪، كما بلغت نسبة من يستمعون للإذاعة السعودية «أحياناً» 30.3٪، مسجلة بذلك فرقاً كبيراً مع الذين يستمعون للإذاعة السعودية «دائماً»، حيث لم تتجاوز نسبتهم 11.0٪، في حين بلغت نسبة الذين يستمعون بشكل «قليل جداً» 27.4٪.

ويضاف إلى الانخفاض الملحوظ في الاستماع عموماً للإذاعة السعودية، أن النتائج لم تشر إلى علاقات قوية بين خصائص أفراد العينة وعملية الاستماع تلك. وقد بدا أن أكثر العوامل تأثيرا على عملية الاستماع؛ هما: متغيرا العمر والمهنة، حيث تقدم الأكبر سناً على غيرهم من الفئات العمرية الأخرى، وتقدم الموظفون العسكريون والمدنيون على الفئات الأخرى، ويبدو أن هذه الفروق مستندة إلى الحاجة الوظيفية في عملية الاستماع للإذاعة السعودية، حيث تعد الإذاعة الرسمية، والأكبر سناً والموظفون الرسميون هم بطبيعة الحال أكثر فئات المجتمع اهتماما بالمعرفة الرسمية. ولذلك، كان من الممكن فهم النتائج في هذا الإطار. ويؤكد ذلك أن مجمل الخصائص الأخرى لم تشر إلى دلالات قوية ذات تأثير على عملية الاستماع للإذاعة السعودية. وذلك على الرغم من التقدم الملحوظ للذكور في مقابل الإناث في الاستماع للإذاعة، لكنه أمر يرتبط كما يبدو بأن الاستماع للإذاعة عادة ما يتم أثناء قيادة السيارة، والمرأة لا تقود السيارة في المجتمع السعودي، ولذلك تقدم الذكور في عملية الاستماع تلك. كما يفسر ذلك أيضا أن المتزوجين تقدموا قليلا على غير المتزوجين في عملية الاستماع، وربما يكون السبب كما أشرنا هو ارتباط الزواج بالفئة العمرية الأكبر. كما اتضح أن جميع الفئات التعليمية تستمع للإذاعة وأن هذا الاستماع يحدث «أحياناً» لدى الأغلبية، وكانت الفروق طفيفة بين المستويات التعليمية وهو ما يشير إلى ضعف العلاقة بين الاستماع للإذاعة والمستوى التعليمي.

وفيما يتعلق بالمقارنة بين المناطق، فقد تقدم أفراد العينة في المنطقة الجنوبية على غيرهم في المناطق الأخرى في عملية الاستماع للإذاعة السعودية، ويتقارب معهم أفراد العينة في المنطقتين الشمالية والوسطى، في حين تتدنى نسبة الذين يستمعون إلى الإذاعة السعودية في كل من المنطقة الشرقية والمنطقة الغربية، وربما يعود ذلك لما سبقت الإشارة إليه من دور الثقافة الاتصالية ومدى الارتباط بالموروث المحلي في عملية الاتصال في المناطق الخاضعة للدراسة.

مدى الاطلاع على وسائل الإعلام والصحف

الفصل الأول

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية

الفصل الثاني

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية

الفصل الأول

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية

تمهيد

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الجنس

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب العمر

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الحالة الاجتماعية

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المهنة

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المستوى التعليمي

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المناطق

الخلاصة

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى متابعتهم للأخبار والأحداث السياسية المحلية، وفيما إذا كانت تلك المتابعة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تتابع تلك الأخبار والأحداث «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلا مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال، وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-1 إلى 1-25) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-1) أن نسبة من يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية من الذكور «دائماً» تبلغ 35.4٪ بفارق كبير جداً في مقابل الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 23.5٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 37.8٪ في حين بلغت لدى الإناث 36.6٪. أما الذين يتابعونها بشكل «قليل جداً» من الذكور فبلغت نسبتهم 18.4٪ في مقابل 22.3٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يتابعون تلك الأخبار «أبداً» 8.0٪ للذكور في مقابل 17.5٪ للإناث.

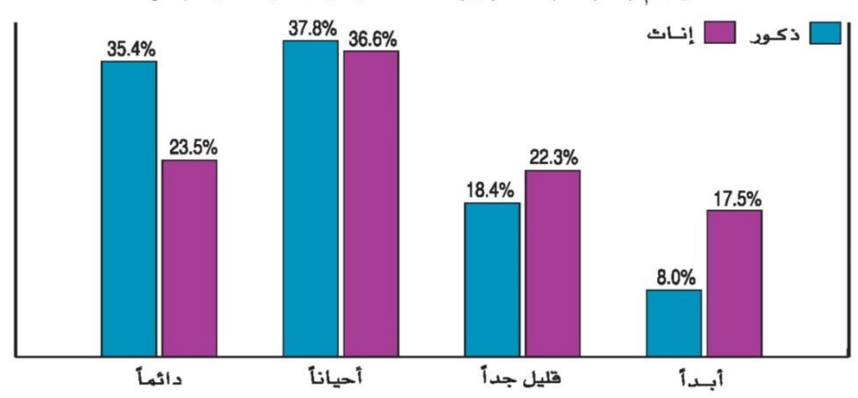
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة الأخبار؛ حيث يتقدم الذكور على الإناث في متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية. وتتفق هذه النتيجة مع اختلاف الاهتمامات بين الشباب والشابات في المجتمع السعودي، ولها علاقة باختلافات استخدام وسائل الاتصال، حيث إن الذكور هم الأكثر استخداماً لوسائل الاتصال بشكل عام، كما سيتضح عند عرض النتائج المتعلقة بالإنترنت، وكما سبقت الاشارة عند التعرض للفضائيات. ويبدو أن الأحداث السياسية الأخيرة على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي قد أدت إلى الارتفاع النسبي الملحوظ سواء لدى الذكور أم الإناث في متابعة الأخبار والأحداث السياسية.

جدول رقم (2-1) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الجنس

درجة المتابعة / الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	557	35.4	370	23.5	927	29.4
أحياناً	595	37.8	576	36.6	1171	37.2
قليل جداً	290	18.4	351	22.3	641	20.3
أبداً	126	8.0	275	17.5	401	12.7
غير مبين	7	0.4	3	0.2	10	0.3
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 103,345 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-1) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الجنس



متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-2) أن نسبة الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية «دائماً» ممن تقع أعمارهم بين 25-29 سنة هو 42.0٪ بفارق كبير جداً عن الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك الأخبار والأحداث ممن أعمارهم بين 20-24 سنة 28.1٪ مسجلة هذه الفئة فارقاً كبيراً جداً أيضاً بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19 سنة الذين بلغت نسبة من يتابعون تلك الأخبار والأحداث منهم «دائماً» 18.2٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الوسطى 39.4٪، مسجلة فرقاً طفيفاً مع الفئة العمرية الأكبر التي بلغت نسبتها 37.0٪، وفرقاً بسيطاً مع الفئة العمرية الأصغر التي بلغت نسبتها 35.1٪، وقد انعكست هذه النتائج على من يتابعونها بشكل «قليل جداً» أو الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً»؛ حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئة العمرية الأصغر، في حين تقل النسبة كثيراً لدى الفئة العمرية الأكبر.

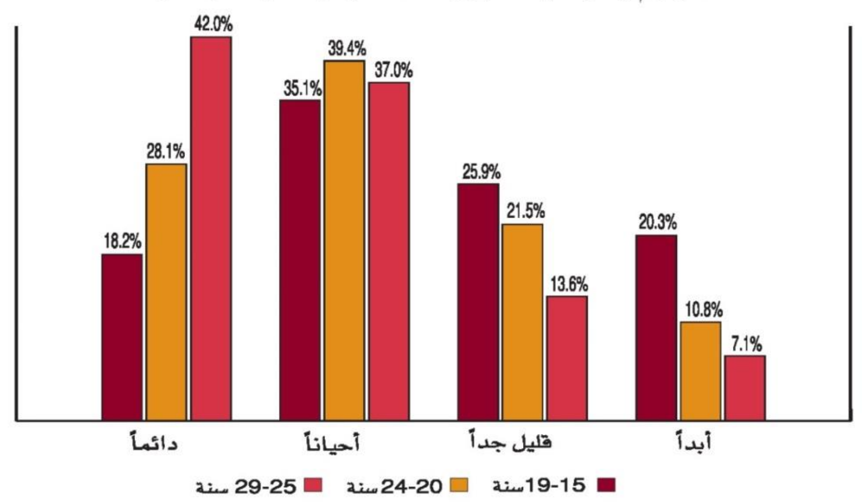
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً جداً في عملية متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية، حيث يبدو أن هناك اتساقاً في النتائج مؤدية علاقة طردية بين العمر ومتابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية، بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر وتليها الوسطى ثم الأصغر في عملية متابعة تلك الأخبار والأحداث. ويمكن تفسير ذلك بأنه من الطبيعي أن تعنى فئات المجتمع الأكبر سناً بالشأن المحلي الرسمي، ذلك أن الأكبر سناً هم من غير الطلاب، وسيكون من بينهم أصحاب المهن العليا والمؤهلون تأهيلاً أعلى وكذلك الكتاب والمثقفون بشكل عام.

جدول رقم (2-2) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب العمر

العمر / درجة المتابعة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	191	18.2	295	28.1	441	42.0	927	29.4
أحياناً	369	35.1	414	39.4	388	37.0	1171	37.2
قليل جداً	272	25.9	226	21.5	143	13.6	641	20.3
أبداً	213	20.3	113	10.8	75	7.1	401	12.7
غير مبين	5	0.5	2	0.2	3	0.3	10	0.3
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 225,054 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-2) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب العمر



متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-3) أن نسبة الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «دائماً» من المتزوجين 38.7٪ بفارقٍ كبير جداً في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 26.0٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» فتتقارب نسبتهم لتبلغ 37.8٪ للمتزوجين و 37.1٪ لغير المتزوجين، وقد انعكست هذه النتائج على من يتابعونها بشكل «قليل جداً»، أو لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً»؛ حيث تصل نسبة من يتابعونها بشكل «قليل جداً» من المتزوجين 15.6٪ في مقابل 22.2٪ من غير المتزوجين. أما الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 7.8٪ بفارق واضح مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 14.4٪.

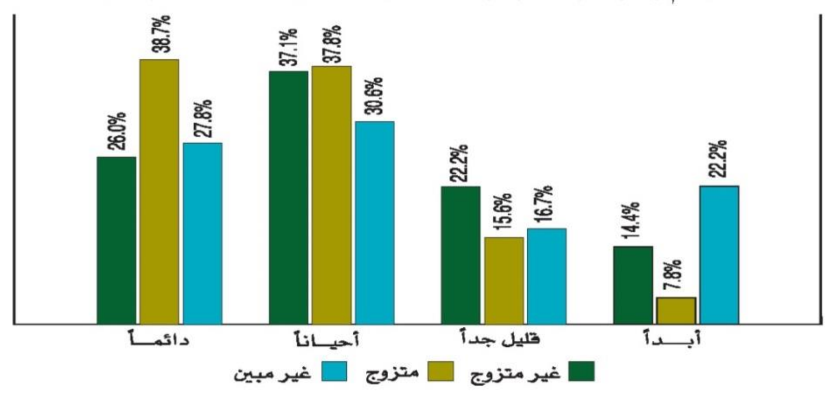
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً جداً بالنسبة لمتابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث السياسية المحلية، حيث يتقدم المتزوجون عن بقية أفراد العينة في جميع الحالات، سواء كانت تلك المتابعة «دائماً» أو «أحياناً». غير أنه من المهم التنبه إلى أنه ربما لم يكن متغير الحالة الاجتماعية ليحظى بهذه الأهمية لذاته، بل لارتباطه بخصائص أخرى؛ منها: العمر، والمستوى التعليمي، والمهنة وغير ذلك مما يمكن تفسير علاقته بمتابعة هذا النوع من الأخبار والأحداث السياسية المحلية. فقد لا يمكن الاستناد إلى متغير الحالة الاجتماعية لذاته منفردا، للقول بأن المتزوجين هم أكثر متابعة للأحداث والأخبار السياسية المحلية، حتى لو ظهر في التحليل الأولي للجدول أن المتزوجين أكثر من غير المتزوجين متابعة لتلك الأخبار والأحداث.

جدول رقم (2-3) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة المتابعة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	591	26.0	326	38.7	10	27.8	927	29.4
أحياناً	842	37.1	318	37.8	11	30.6	1171	37.2
قليل جداً	504	22.2	131	15.6	6	16.7	641	20.3
أبداً	327	14.4	66	7.8	8	22.2	401	12.7
غير مبين	8	0.4	1	0.1	1	2.8	10	0.3
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 80,930 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-3) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب الحالة الاجتماعية



متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-4) تقدم الموظفين المدنيين عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية في حال المتابعة «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 46.3٪، ويليهم الموظفون العسكريون بنسبة 41.8٪، يليهم موظفو القطاع الخاص بنسبة 40.9٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 31.0٪، والطلاب بنسبة 23.0٪. وأخيراً ربات المنازل بنسبة 19.7٪. أما في حالة المتابعة «أحياناً» فقد بلغت نسبة الموظفين العسكريين 42.9٪، يليهم ربات المنازل بنسبة 41.6٪، ثم الذين لايعملون بنسبة 40.2٪، وموظفو القطاع الخاص بنسبة 38.2٪، والطلاب بنسبة 36.7٪، وأخيراً الموظفون المدنيون بنسبة 35.0٪. وتراوحت نسبة الذين يتابعونها بشكل «قليل جداً» بين 11.0٪ للموظفين العسكريين، و 24.8٪ لربات المنازل. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لايتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية«أبداً» لتصل إلى ما بين4.4٪ للموظفين العسكريين و16.5٪ للطلاب.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن أصحاب المهن الرسمية أو ذات العلاقة بالوضع الرسمي (كالموظفين) يأتون في مقدمة فئات المجتمع الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية، ويتقدمون على غيرهم من الذين لايعملون أو ربات المنازل والطلاب. ويمكن فهم هذه النتيجة في ضوء الاحتياجات المعرفية والاهتمام بالشأن الرسمي المحلي لدى تلك الفئات من جانب، ومن جانب آخر، انعكاس تلك الأخبار ودلالاتها على مهمات وأعمال موظفي القطاع الخاص، ويأتي ذلك في مقابل الفئات الأخرى الذين قد لا يمثل الشأن المحلي الرسمي لهم أولوية على أقل تقدير. فالطلاب ربما كانت أولوياتهم معنية بالحاجات الاتصالية الخاصة بمرحلة الشباب والدراسة، ومن المتوقع أن يكونوا أكثر ميلاً للبرامج الترفيهية والرياضية.

كما يمكن فهم هذه النتائج أيضا على أساس من مقابلتها العكسية بما سبق من ارتفاع نسبة الموظفين العسكريين الذين يتابعون الصحف غير السعودية، وكذلك موظفو القطاع الخاص، حيث ارتفعت نسبة متابعتهم للصحف غير السعودية، ففي حين تم قياس مدى متابعة الأخبار والأحداث المحلية؛ ارتفعت نسبة متابعة الموظفين المدنيين في مقابل الفئات الأخرى، حيث يمكن اعتبار ذلك نتيجة طبيعية لاستحواذ الصحف السعودية على مستوى تعرضهم للصحف بشكل عام. لكن الفئات الأخرى أيضا ذات نصيب وافر من متابعة الأخبار والأحداث المحلية.

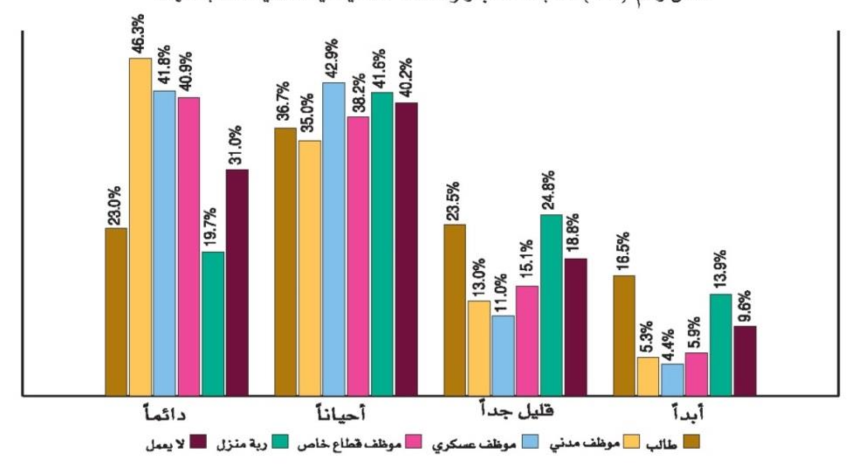
وعلى الرغم من ذلك كله يمكن القول: إن نسبة متابعة الأخبار والأحداث المحلية وإن كانت بلغت 46٪ في أفضل حالاتها لا يمكن القناعة بكفايتها، حيث تعد نسبة قليلة قياساً بالأهمية الكبرى للشأن المحلي الذي من المتوقع أن يحظى باهتمام واسع لدى الشباب. وهذا يشير إلى أن الصحافة عليها بذل مزيد من الجهد في استقطاب نسبة أعلى من القراء لمتابعة الشأن المحلي.

جدول رقم (2-4) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المهنة

المهنة / درجة المتابعة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	430	23.0	253	46.3	38	41.8	76	40.9	27	19.7	84	31.0	17	32.1	925	29.4
أحياناً	685	36.7	191	35.0	39	42.9	71	38.2	57	41.6	109	40.2	17	32.1	1169	37.1
قليل جداً	438	23.5	71	13.0	10	11.0	28	15.1	34	24.8	51	18.8	11	20.8	643	20.4
أبداً	307	16.5	29	5.3	4	4.4	11	5.9	19	13.9	26	9.6	7	13.2	403	12.8
غير مبين	6	0.3	2	0.4	-	-	-	-	-	-	1	0.4	1	1.9	10	0.3
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 194,800 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-4) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المهنة



متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-5) أن نسبة الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية «دائماً» تبلغ لدى حملة البكالوريوس والدراسات العليا 45.4٪، يليهم حملة الثانوية العامة بنسبة 30.1٪، ثم المتوسطة بنسبة 19.9٪، وأخيراً الابتدائية بنسبة 18.9٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار «أحياناً» فبلغت نسبتهم 39.8٪ لحملة الثانوية العامة، و37.5٪ لحملة الابتدائية، و35.4٪ لحملة المتوسطة، وأخيراً 34.6٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا. كما تراوحت نسبة من يتابعون تلك الأخبار والأحداث السياسية المحلية «قليل جداً» بين

13.2٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا، و 25.4٪ لحملة المتوسطة. وتراوحت نسبة الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً» بين 6.4٪ للبكالوريوس والدراسات العليا و 19.7٪ لحملة الابتدائية.

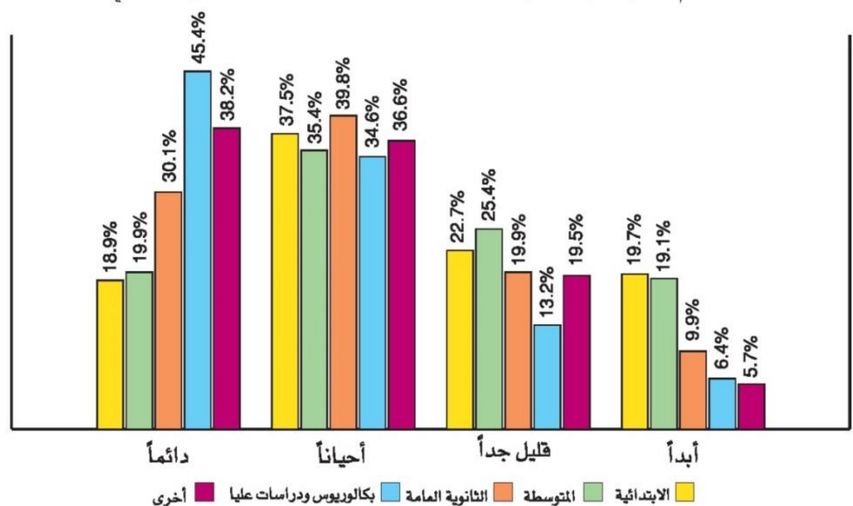
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متابعة تلك الأخبار والأحداث إنما تتم فعلا بشكل أكبر لدى الأكبر سناً والأكثر تعليما، وهو التفسير الذي سبقت الإشارة إليه في الجدول (2-2)، ذلك أنه سيكون من بين حملة المؤهلات العليا، أصحاب المهن القيادية، كما سيكون الأكثر تعليماً أكثر اهتماما بالشأن العام، وتأتي متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية في مقدمة قضايا وموضوعات الشأن العام.

جدول رقم (2-5) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة المتابعة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	50	18.9	202	19.9	329	30.1	278	45.4	47	38.2	19	44.2	925	29.4
أحياناً	99	37.5	360	35.4	435	39.8	212	34.6	45	36.6	18	41.9	1169	37.1
قليل جداً	60	22.7	258	25.4	217	19.9	81	13.2	24	19.5	3	7.0	643	20.4
أبــــداً	52	19.7	194	19.1	108	9.9	39	6.4	7	5.7	3	7.0	403	12.8
غير مبين	3	1.1	2	0.2	3	0.3	2	0.3	-	-	-	-	10	0.3
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 218,990 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-5) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المستوى التعليمي



متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-6) أن نسبة الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية «دائماً» في المنطقة «الشرقية» تبلغ 33.3٪، يليهم المنطقة «الشمالية» بنسبة 31.0٪، ثم «الجنوبية» بنسبة 29.8٪ فالمنطقة «الغربية» بنسبة 27.5٪، وأخيراً المنطقة «الوسطى» بنسبة 25.6٪، ويتضح من ذلك وجود فرق كبير بين المنطقة الشرقية والوسطى وفرق واضح بين المنطقتين الشرقية والغربية، وبسيط بين المنطقة الشرقية وكل من المنطقة الشمالية والمنطقة الجنوبية، أما الفروق بين المناطق الأخرى فتتراوح بين طفيفة وبسيطة. وبالنسبة للذين يتابعون تلك الأحداث «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الوسطى 40.8٪، يليهم المنطقة الشرقية بنسبة 39.4٪، ثم المنطقة الشمالية بنسبة 37.5٪، والمنطقة الجنوبية بنسبة 35.6٪ ، وأخيراً المنطقة «الغربية» بنسبة 32.7٪.

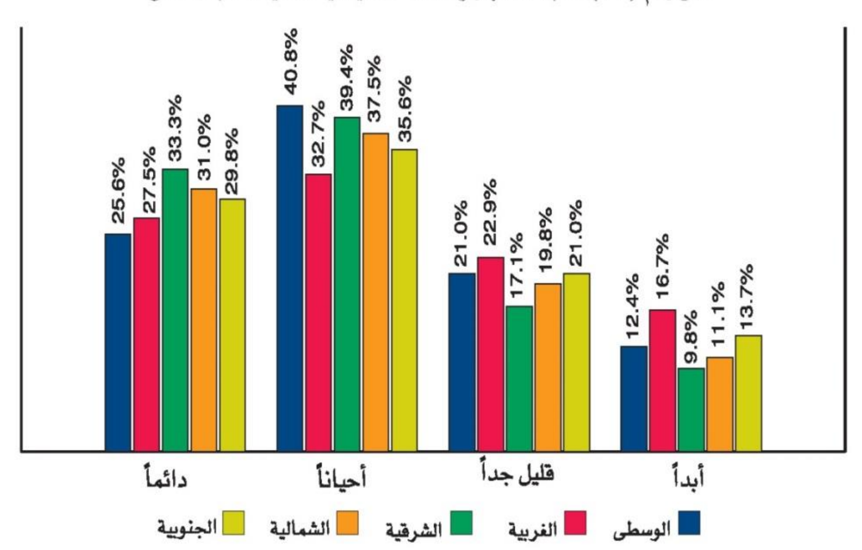
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية، حيث تتقدم المنطقتان الشرقية والشمالية على المناطق الأخرى، في حالة المتابعة «دائماً». وقد تُفهم هذه النتيجة في إطار الأوضاع الإقليمية خلال العقدين الماضيين وانعكاساتها الداخلية وما حدث بشكل محدد على الساحات الإيرانية، والعراقية، والكويتية، حيث إن تلك الأحداث قد تكون ساهمت في تطوير قدرات سكان المنطقتين، ودوافعهم لمتابعة الأخبار والأحداث السياسية بشكل عام، وبخاصة المحلية، وما يمكن أن تؤثر به الأحداث المجاورة على الشأن المحلي. كما يمكن فهم هذه النتائج على أساس أن الأحداث الدولية والإقليمية تنعكس مباشرة على متابعة الشباب بموضوعات الشأن المحلي، مما ينبغي التأكد من سلامة الرسالة الوطنية الإعلامية خلال ظهور الأزمات الدولية والإقليمية، وبخاصة تلك التي لها علاقة بالمجتمع السعودي وشؤونه المختلفة.

جدول رقم (2-6) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المناطق

المنطقة / درجة المتابعة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	161	25.6	173	27.5	210	33.3	195	31.0	188	29.8	927	29.4
أحياناً	257	40.8	206	32.7	248	39.4	236	37.5	224	35.6	1171	37.2
قليل جداً	132	21.0	144	22.9	108	17.1	125	19.8	132	21.0	641	20.3
أبداً	78	12.4	105	16.7	62	9.8	70	11.1	86	13.7	401	12.7
غير مبين	2	0.3	2	0.3	2	0.3	4	0.6	-	-	10	0.3
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 37,118 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (6-2) متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح من النتائج أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية «أحياناً» بنسبة بلغت 37.2٪، كما يتابع تلك الأخبار والأحداث «دائماً» 29.4٪ ، وأخيراً الذين يتابعونها بشكل «قليل جداً» حيث بلغت نسبتهم 20.3٪. وقد انخفضت نسبة الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً» لتصل إلى 12.7٪. ويدل ذلك على أن 86.9٪ من أفراد العينة يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية بشكل عام. وقد ظهر من خلال استقراء النتائج أن جميع خصائص أفراد العينة تعد متغيرات مهمة في تباينهم في متابعة تلك الأخبار والأحداث. فالذكور يبدون أكثر اهتماماً بمتابعة تلك الأخبار والأحداث، وقد يعود ذلك إلى اختلاف الاهتمامات بين الذكور والإناث في المجتمع السعودي، وتوفر وسائل الاتصال لدى الذكور بشكل أكثر منها لدى الإناث، إضافة إلى شغل الذكور لمعظم الوظائف القيادية في المجتمع مما يظهر معه الحاجة لمتابعة هذا النوع من الأخبار والأحداث ذات العلاقة بالشأن الرسمي. وبينت النتائج أن هناك علاقة طردية بين العمر ومتابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية، حيث تزيد المتابعة كلما ازداد العمر، كما يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين في متابعة الأحداث المحلية.

كما اتضح أن الموظفين المدنيين والعسكريين وموظفي القطاع الخاص الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية المحلية يأتون في مقدمة أصحاب المهن الذين تمت دراستهم، وذلك ربما لطبيعة الاحتياجات الاتصالية والمعرفية التي تساعدهم دون شك على

القيام بمهمات وظائفهم من جانب، وتسمح لهم كذلك الاطلاع على مجريات الأمور من جانب آخر. وتقدم حملة شهادات البكالوريوس والدراسات العليا على غيرهم ممن هم دونهم في التحصيل العلمي، لترتبط متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية بالمستويات التعليمية الأعلى أكثر من ارتباطها بأصحاب المستويات الأدنى. وتقدمت المنطقتان الشرقية والشمالية عن بقية المناطق في متابعة الأخبار والأحداث السياسية المحلية، كنتيجة طبيعية كما يبدو لما يحيط بالمنطقتين على المستوى الإقليمي من إشكالات سياسية وعسكرية على مدار العقدين الماضيين في كل من: إيران، والكويت، والعراق.

وبشكل عام، يمكن النظر إلى مدى المتابعة العامة للأخبار والأحداث السياسية على أساس أنها متابعة قليلة نسبياً ولا تتفق مع أهمية الشأن المحلي؛ إذ جاءت أعلى نسبة بين الفئات للموظفين المدنيين وبلغت 46٪، مما يشير إلى أهمية أن يعمل الإعلام السعودي على بذل مزيد من الجهد الاحترافي لاستقطاب عدد أكبر من فئة الشباب، الذين ربما يجدون ضالتهم في إعلام دولي وافد عندما يعجز الإعلام المحلي عن القيام بالمهمة.

وتبرز هذه الحقيقة بشكل أكبر خلال الأزمات الدولية والإقليمية التي يبدو أنها محرك مهم جداً من محركات متابعة الشباب للأخبار والأحداث السياسية. إن ترك المجال للإعلام الوافد ليشكل اهتمامات الشباب في مجال الشؤون المحلية، يعد أمراً خطيراً جداً على مستقبل الوعي السياسي بالشأن المحلي لدى فئة الشباب.

الفصل الثاني

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية

تمهيد

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الجنس

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب العمر

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الحالة الاجتماعية

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المهنة

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المستوى التعليمي

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المناطق

الخلاصة

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى متابعتهم للأخبار والأحداث السياسية العالمية، وفيما إذا كانت تلك المتابعة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تتابع تلك الأخبار والأحداث «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-7 إلى 2-12) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-7) أن نسبة من يتابعون الأخبار والأحداث السياسية العالمية من الذكور «دائماً» تبلغ 33.3٪ بفارق كبير جداً في مقابل الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 19.6٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 36.2٪ في حين بلغت لدى الإناث 35.0٪. أما الذين يتابعونها بشكل «قليل جداً» من الذكور فبلغت نسبتهم 20.3٪ في مقابل 25.3٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يتابعون تلك الأخبار «أبداً» 9.4٪ للذكور في مقابل 19.5٪ للإناث.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة الأخبار والأحداث العالمية، حيث يتقدم الذكور على الإناث في ذلك، مثلما تمت الإشارة بشأن متابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث المحلية، وهذه النتيجة تتفق مع الاختلافات في الاهتمامات بين الذكور والإناث، ولها ما يبررها وبخاصة في المجتمع السعودي، حيث أن الذكور هم الأكثر استخداماً لوسائل الاتصال بشكل عام. ويبدو أن الأحداث السياسية الأخيرة على المستوى العالمي قد أدت إلى الارتفاع الملحوظ سواء لدى الذكور أو الإناث في متابعة الأخبار والأحداث السياسية، واتضح ذلك لدى الذكور بشكل أكبر.

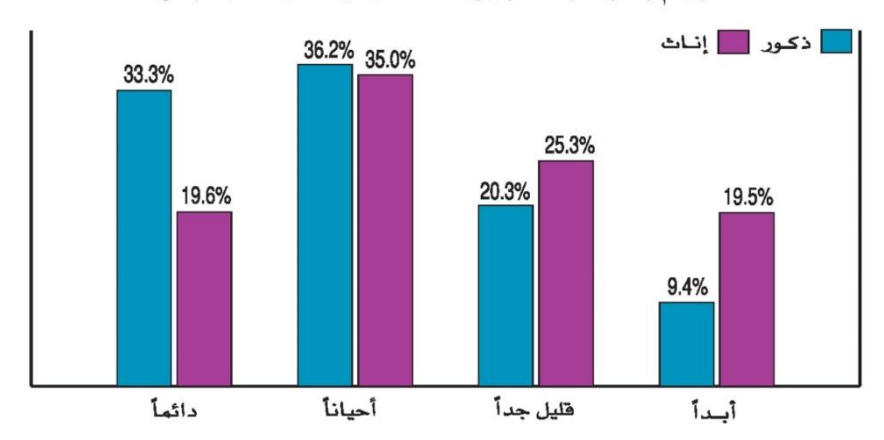
ومن المهم جداً في هذه المرحلة الأخذ بعين الاعتبار متابعة الشباب للأخبار والأحداث السياسية العالمية، حيث سيساهم ذلك التوجه الملحوظ في تشكيل مستوى وتوعية اهتمامهم بالقضايا والموضوعات، مما يتطلب إعداد برامج توعية سياسية قادرة على التفاعل مع هذه المرحلة.

جدول رقم (2-7) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الجنس

درجة المتابعة / الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	525	33.3	309	19.6	834	26.5
أحياناً	570	36.2	551	35.0	1121	35.6
قليل جداً	320	20.3	399	25.3	719	22.8
أبداً	148	9.4	307	19.5	455	14.4
غير مبين	12	0.8	9	0.6	21	0.7
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 122,12 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-7) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الجنس



متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-8) أن نسبة الذين يتابعون الأخبار والأحداث العالمية ممن تقع أعمارهم بين 25-29 سنة 35.9٪ بفارق كبير جداً مع الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك الأخبار والأحداث ممن أعمارهم بين 20-24سنة 25.5٪، مسجلة هذه الفئة فارقاً واضحاً بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19سنة الذين بلغت نسبة من يتابعون تلك الأخبار والأحداث منهم «دائماً» 18.0٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأكبر 37.5٪، مسجلة فرقاً طفيفاً مع الفئة العمرية الوسطى التي بلغت نسبتها 36.3٪، وفرقاً «طفيفاً» أيضاً مع الفئة العمرية الأصغر التي بلغت نسبتها 33.0٪. وقد انعكست هذه النتائج على من يتابعونها بشكل «قليل جداً» أو الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً»؛ حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئة العمرية الأصغر في حين تقل النسبة لدى الفئة العمرية الأكبر.

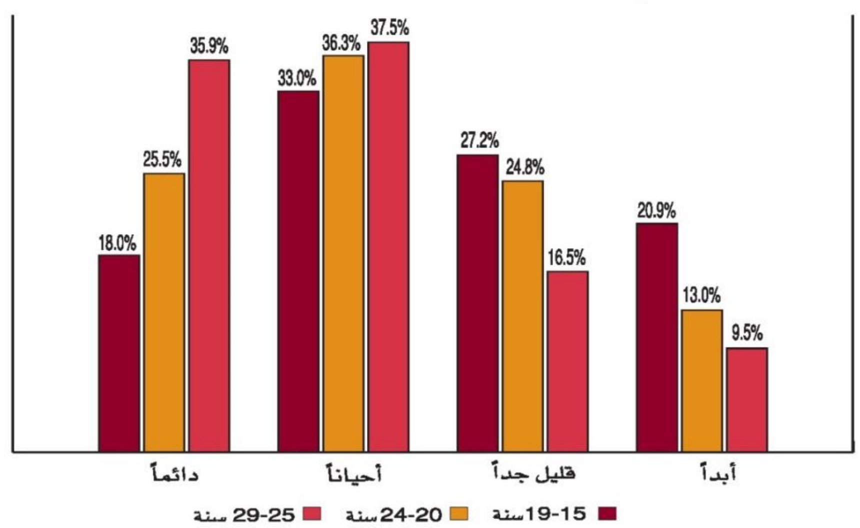
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد أيضا متغيراً مهماً في عملية متابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث السياسية العالمية، حيث يبدو أن هناك اتساقاً في النتائج، بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر وتليها الوسطى ثم الأصغر في عملية متابعة تلك الأخبار والأحداث. ويمكن تفسير تلك النتائج بأنه من الطبيعي أن تعنى فئات المجتمع الأكبر سناً بمتابعة الأخبار والأحداث العالمية، لأن الأكبر سناً سيكون من بينهم أصحاب المهن العليا، والمؤهلون تأهيلاً أعلى، وكذلك الكتاب والمثقفون بشكل عام.

جدول رقم (2-8) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب العمر

العمر / درجة المتابعة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	189	18.0	268	25.5	377	35.9	834	26.5
أحياناً	346	33.0	381	36.3	394	37.5	1121	35.6
قليل جداً	286	27.2	260	24.8	173	16.5	719	22.8
أبداً	219	20.9	136	13.0	100	9.5	455	14.4
غير مبين	10	1.0	5	0.5	6	0.6	21	0.7
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 125,146 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-8) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب العمر



متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-9) أن نسبة الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية العالمية «دائماً» من المتزوجين 33.6٪ بفارقٍ واضح في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 23.8٪. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» فتتقارب نسبتهم لتبلغ 35.7٪ للمتزوجين و 35.6٪ لغير المتزوجين. وقد انعكست هذه النتائج على من يتابعونها بشكل «قليل جداً» أو لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً»؛ حيث تصل نسبة فئة «قليل جداً» من المتزوجين 19.4٪ في مقابل 24.3٪ من غير المتزوجين. أما الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 10.7٪ بفارق بسيط مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 15.7٪.

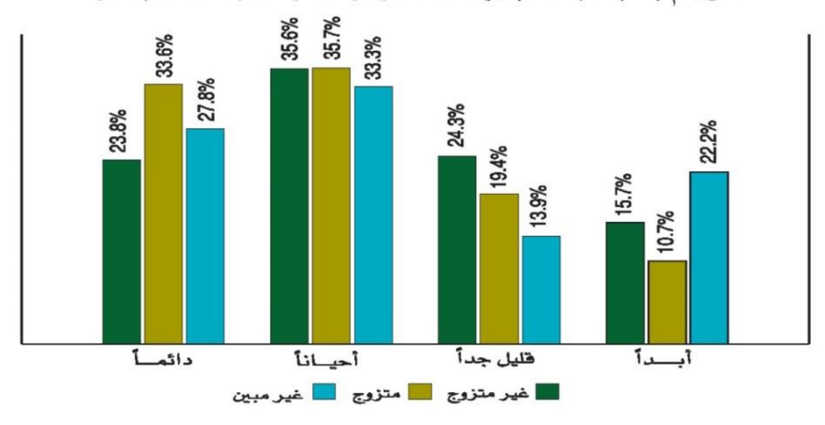
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً بالنسبة لمتابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث السياسية العالمية، حيث يتقدم المتزوجون عن بقية أفراد العينة في المتابعة، خصوصاً إذا كانت تلك المتابعة «دائماً». غير أنه من المهم الإشارة إلى أنه ربما لم يكن متغير الحالة الاجتماعية ليحظى بهذه الأهمية لذاته، بل لارتباطه بخصائص أخرى؛ منها: العمر، والمستوى التعليمي، والمهنة، وغير ذلك، مما يمكن تفسير علاقته بمتابعة هذا النوع من الأخبار والأحداث السياسية العالمية. فقد لا يمكن الاستناد إلى متغير الحالة الاجتماعية لذاته منفردا للقول بأن المتزوجين (لأنهم متزوجون) هم أكثر متابعة للأحداث والأخبار السياسية العالمية، حتى لو ظهر في القراءة الأولى للجدول أن المتزوجين أكثر من غير المتزوجين متابعة لتلك الأخبار والأحداث. لكن الأكثر أهمية في هذه النتائج هو أن استهلاك المواد الإعلامية ذات العلاقة بالأخبار والأحداث السياسية يتم أيضاً داخل المنازل وفي بيئة عائلية، مما يتطلب معه التنبه إلى برامج مجتمعية قادرة على الحد من الآثار السلبية لهذه المواد على الأسرة والعائلات نتيجة ما يتم تداوله فيها خلال عمليات الحوار والنقاش حول ما تعرضه الوسائل داخل الأسرة، لأنه من المستقر علمياً أن مواد وبرامج الأخبار والأحداث السياسية هي مما يثير الجدل والنقاش داخل بيئة التعرض.

جدول رقم (2-9) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة المتابعة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	541	23.8	283	33.6	10	27.8	834	26.5
أحياناً	808	35.6	301	35.7	12	33.3	1121	35.6
قليل جداً	551	24.3	163	19.4	5	13.9	719	22.8
أبداً	357	15.7	90	10.7	8	22.2	455	14.4
غير مبين	15	0.7	5	0.6	1	2.8	21	0.7
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 47,762 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-9) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب الحالة الاجتماعية



متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-10) تقدم الموظفين المدنيين عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية في حال المتابعة «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 40.5٪، ويليهم الموظفون العسكريون بنسبة 37.4٪، يليهم موظفو القطاع الخاص بنسبة 34.4٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 28.4٪، والطلاب بنسبة 21.8٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 13.9٪. أما في حالة المتابعة «أحياناً» فقد بلغت نسبة موظفي القطاع الخاص 39.8٪، يليهم الذين لا يعملون بنسبة 37.6٪، ثم ربات المنازل بنسبة 37.2٪، والموظفون المدنيون بنسبة 35.9٪، والطلاب بنسبة 34.9٪، وأخيراً الموظفون العسكريون بنسبة 30.8٪. وتراوحت نسبة الذين يتابعونها بشكل «قليل جداً» بين 16.1٪ للموظفين المدنيين و 27.0٪ لربات المنازل. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لا يتابعون الأخبار والأحداث السياسية العالمية «أبداً» لتصل إلى ما بين 7.1٪ للموظفين المدنيين و 21.2٪ لربات المنازل.

ويبدو أن متابعة الموظفين المدنيين للصحف المحلية بشكل يفوق الفئات الأخرى قد ساهم في ارتفاع نسبة متابعتهم للأخبار والأحداث السياسية العالمية، التي كما يبدو من نتائج الجدول السابق ذي الرقم (2-5) أن مصدرها الإعلام المحلي بشكل عام لدى المدنيين، الذين ارتفعت نسبة متابعتهم للأحداث والأخبار المحلية، ومعلوم أن المصدر المهم للأخبار والأحداث المحلية، إنما هو الإعلام المحلي في المقام الأول. وبذلك يمكن فهم وتفسير تقدم الموظفين المدنيين على غيرهم في هذا الجدول أيضاً.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن أصحاب المهن الرسمية أو ذات العلاقة بالوضع الرسمي (كموظفي القطاع الحكومي والخاص)؛ يأتون في مقدمة فئات المجتمع الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية العالمية، ويتقدمون على غيرهم من الذين لا يعملون أو ربات المنازل والطلاب. وربما يكون لهذه النتيجة علاقة بالعمر والمستوى التعليمي، كما يمكن فهمها في ضوء الاحتياجات المعرفية والاهتمام بالشأن العالمي لدى تلك الفئات في مقابل الفئات الأخرى الذين قد لا يمثل الشأن العالمي لهم أولوية على أقل تقدير. ويمكن النظر إلى حقيقة أن العالم المعاصر بات متأثرا ببعضه البعض بالقدر الذي يمكن معه القول: إن من مصلحة أصحاب الوظائف الرسمية

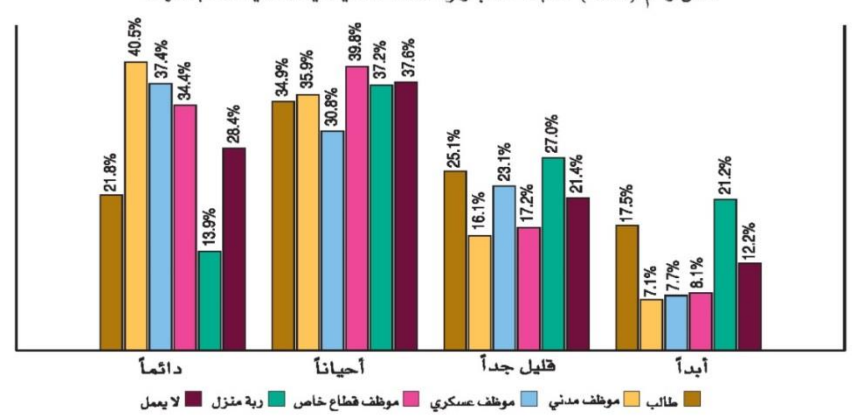
والخاصة، أن يكونوا على اطلاع مستمر بما يجري على الساحة العالمية، إن لم يكن لمساعدتهم في القيام بمهمات وظائفهم وفق رؤى مستنيرة، فعلى أقل تقدير ليكونوا على علم بمجريات الأمور. ويبدو أن أفراد العينة قد حققوا ذلك بشكل عام؛ حيث ارتفعت نسبة من يتابعون الأخبار والأحداث العالمية بينهم وبشكل ملحوظ لدى أصحاب المهن الرسمية أو المتعلقة بالوضع الرسمي، كما ذكر. ومن المتوقع أن تكون الأحداث العالمية المعاصرة قد رفعت من مستوى متابعة أفراد العينة لهذه الأخبار والأحداث.

جدول رقم (2-10) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المهنة

المهنة / درجة المتابعة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	406	21.8	221	40.5	34	37.4	64	34.4	19	13.9	77	28.4	12	22.6	833	26.4
أحياناً	652	34.9	196	35.9	28	30.8	74	39.8	51	37.2	102	37.6	20	37.7	1123	35.7
قليل جداً	468	25.1	88	16.1	21	23.1	32	17.2	37	27.0	58	21.4	13	24.5	717	22.8
أبداً	327	17.5	39	7.1	7	7.7	15	8.1	29	21.2	33	12.2	6	11.3	456	14.5
غير مبين	13	0.7	2	0.4	1	1.1	1	0.5	1	0.7	1	0.4	2	3.8	21	0.7
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 149,864 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-10) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المهنة



متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-11) أن نسبة الذين يتابعون الأخبار والأحداث السياسية العالمية «دائماً» لدى الحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا تبلغ 38.7٪، يليهم الحاصلون على الثانوية العامة بنسبة 27.6٪، ثم المتوسطة 18.7٪، والابتدائية 16.7٪. كما بلغت نسبة الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أحياناً» لدى الحاصلين على الثانوية العامة 37.4٪، و 35.8٪ للبكالوريوس والدراسات العليا، و 34.0٪ للمتوسطة، و 33.0٪

لحملة الشهادة الابتدائية. أما الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث بشكل «قليل جداً» فتبلغ نسبتهم 27.0٪ لدى الحاصلين على المتوسطة، و25.8٪ لدى الحاصلين على الابتدائية، و22.8٪ للثانوية العامة، و15.8٪ للبكالوريوس والدراسات العليا. وتراوحت نسبة الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً» بين 9.0٪ للبكالوريوس والدراسات العليا و 22.3٪ للابتدائية.

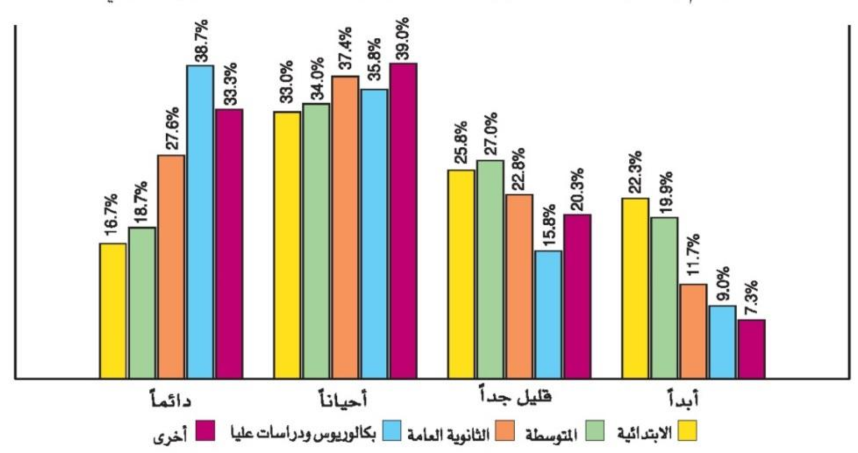
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متابعة تلك الأخبار والأحداث ترتبط ارتباطاً طردياً واضحاً مع المستوى التعليمي، حيث تزداد المتابعة كلما كان المستوى التعليمي أعلى. ولعل التفسير المناسب لهذه النتيجة يرتبط بما سبقت الإشارة إليه، ذلك أنه سيكون من بين الحاصلين على المؤهلات العليا، أصحاب المهن القيادية، كما سيكون الأكثر تعليماً أكثر اهتماما بالشأن العام العالمي، وتأتي الأخبار والأحداث السياسية العالمية في مقدمة قضايا وموضوعات الشأن العام العالمي. ويتداخل المستوى التعليمي في علاقته بالاهتمام بالأخبار والأحداث السياسية العالمية مع المتغيرات الأخرى المؤثرة التي أشير لها فيما سبق، وهي: العمر، والمهنة، والحالة الاجتماعية، حيث يبدو أن لهذه المتغيرات مجتمعة علاقة بمتابعة الشأن العالمي.

جدول رقم (2-11) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة المتابعة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	44	16.7	190	18.7	301	27.6	237	38.7	41	33.3	20	46.5	833	26.4
أحياناً	87	33.0	345	34.0	408	37.4	219	35.8	48	39.0	16	37.2	1123	35.7
قليل جداً	68	25.8	274	27.0	249	22.8	97	15.8	25	20.3	4	9.3	717	22.8
أبداً	49	22.3	202	19.9	128	11.7	55	9.0	9	7.3	3	7.0	456	14.5
غير مبين	6	2.3	5	0.5	6	0.5	4	0.7	-	-	-	-	21	0.7
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 173,280 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-11) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المستوى التعليمي



متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-12) أن نسبة الذين يتابعون تلك الأخبار والأحداث «دائماً» في المنطقة الشرقية تبلغ 31.9٪، يليهم المنطقة الشمالية بنسبة 29.0٪، ثم الغربية بنسبة 25.1٪، فالمنطقة الجنوبية بنسبة 24.6٪، وأخيراً المنطقة الوسطى بنسبة 21.7٪، ويتضح من ذلك وجود فرق كبير جداً بين المنطقتين الشرقية والوسطى، وفرق واضح بين الشرقية والغربية، وبسيط بين الشرقية وكل من الشمالية والجنوبية. أما الفروق بين المناطق الأخرى فتتراوح بين طفيفة وبسيطة. وبالنسبة للذين يتابعون تلك الأحداث «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الوسطى 40.3٪، يليهم المنطقة الجنوبية بنسبة 37.9٪، ثم المنطقة الشرقية بنسبة 36.8٪، والمنطقة الشمالية بنسبة 31.9٪، وأخيراً المنطقة الغربية بنسبة 31.0٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث السياسية العالمية، حيث تتقدم المنطقتان الشرقية والشمالية على المناطق الأخرى في حالة المتابعة «دائماً». وقد تفهم هذه النتيجة بالنظر إلى أن الأوضاع الإقليمية والعالمية خلال السنوات الأخيرة، قد تكون ألقت بثقلها على سكان المنطقتين الأقرب لمناطق الصراع الإقليمي، وهما: المنطقتان الشرقية والشمالية، ومعلوم أن الأحداث التي دارت أو التي لا تزال تدور حتى إعداد هذه الدراسة في كل من: العراق، وإيران، وسوريا، إضافة لتداعيات القضية الفلسطينية، كلها أمور تدفع سكان المناطق الأقرب لمواطن الصراع أن يكونوا أكثر من غيرهم متابعة للأخبار والأحداث السياسية. ومن المهم هنا الإشارة إلى أن هذه المتابعة باعتبارها للأحداث الدولية لن تقتصر فقط على المناطق المتاخمة لمناطق الصراع، بل ستتعداها إلى بقية المناطق، وهو الأمر الذي يمكن الاستناد إليه لتفسير ارتفاع المستوى العام للمتابعة في جميع المناطق.

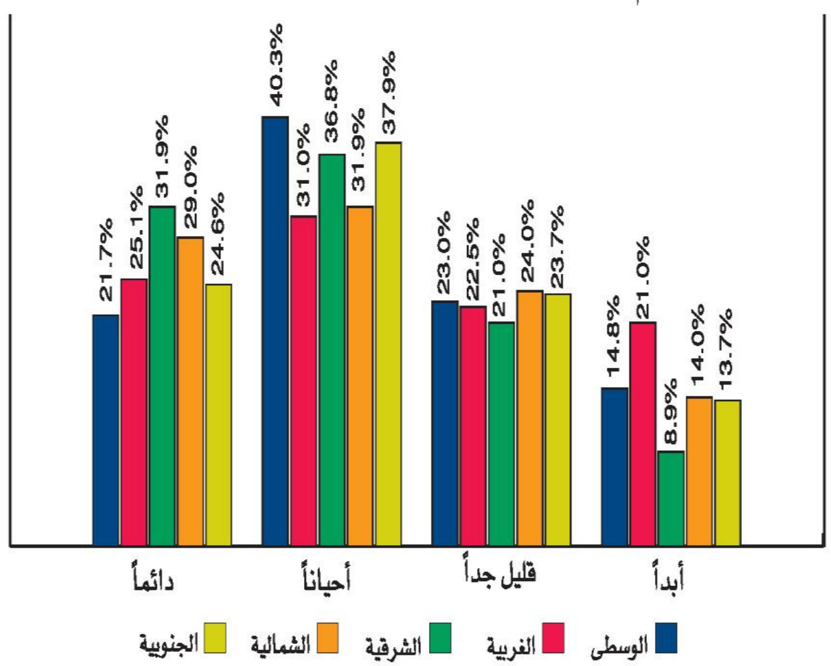
ولكن ثمة خلاصة مهمة هنا؛ وهي: أنه في ضوء الانخفاض العام لمطالعة الشباب لوسائل الإعلام المحلية، فإنه من المتوقع أن تكون مصادر تعرض الشباب للأخبار واطلاعهم على الأحداث العالمية إنما يتم عبر وسائل الإعلام الدولية الوافدة، وهذه الحقيقة تؤكد ضرورة العناية بالرفع من مستوى أداء الوسائل المحلية لضمان وصول الرسالة للشباب السعودي من وسائل سعودية.

جدول رقم (2-12) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المناطق

المنطقة / درجة المتابعة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	137	21.7	158	25.1	201	31.9	183	29.0	155	24.6	834	26.5
أحياناً	254	40.3	195	31.0	232	36.8	201	31.9	239	37.9	1121	35.6
قليل جداً	145	23.0	142	22.5	132	21.0	151	24.0	149	23.7	719	22.8
أبداً	93	14.8	132	21.0	56	8.9	88	14.0	86	13.7	455	14.4
غير مبين	1	0.2	3	0.5	9	1.4	7	1.1	1	0.2	21	0.7
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 72,340 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-12) متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح هنا أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يتابعون الأخبار والأحداث العالمية «أحياناً» بنسبة بلغت 35.6٪، كما بلغت نسبة الذين يتابعونها «دائماً» 26.5٪ ، وأخيراً الذين يتابعونها بشكل «قليل جداً» 22.8٪. وقد انخفضت نسبة الذين لا يتابعون تلك الأخبار والأحداث «أبداً» لتصل إلى 14.4٪. ويدل ذلك على أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يتابعون الأخبار والأحداث السياسية العالمية، بشكل عام، وبنسبة بلغت 84.9٪ سواء كانت متابعتهم «دائماً» أم «أحياناً» أم «قليل جداً». وعند قراءة هذه النتائج في ضوء الخصائص الشخصية لأفراد العينة، اتضح أن جميع الخصائص تؤثر على طبيعة متابعة أفراد العينة لتلك الأخبار والبرامج، ومثلما كانت الحال بالنسبة لمتابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث السياسية المحلية، اتضح أن الذكور يتقدمون على الإناث في متابعة الأخبار والأحداث العالمية، وكذلك الفئة العمرية الأكبر سناً تتقدم على الفئة التي دونها. كما يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين في هذه المتابعة، وبالنسبة لمتغير المهنة؛ اتضح أن أصحاب المهن الرسمية أو الذين لهم علاقة بالوضع الرسمي، وهم الموظفون المدنيون والموظفون العسكريون وموظفو القطاع الخاص، قد تقدموا على غيرهم من أصحاب المهن الأخرى أو الذين لا يعملون.

كما تمت ملاحظة أن الموظفين المدنيين يبدون أكثر متابعة للأخبار والأحداث السياسية العالمية، وهذا يدل وإن كان الفارق بسيطاً بينهم وبين الموظفين العسكريين على أن مصدر حصولهم على الأخبار والأحداث العالمية إنما هو الإعلام المحلي، حيث اتضح ارتفاع نسبة متابعة المدنيين للأخبار والأحداث المحلية التي ستكون مستقاة في المقام الأول من الإعلام المحلي كما يبدو.

وبدلالة تكاملية مع هذه النتائج، اتضح أن الحاصلين على المؤهلات العلمية الأعلى هم الأكثر متابعة للأخبار والأحداث السياسية العالمية، حيث تقدم الحاصلون على الدراسات العليا أو البكالوريوس على الحاصلين على شهادات الثانوية، وهكذا.

من جانب آخر، اتضح أن سكان المنطقتين الشرقية والشمالية يتقدمون على من هم سواهم في المناطق الأخرى في عملية متابعة الأخبار والأحداث السياسية العالمية، وإن كانت المتابعة مرتفعة نسبياً في جميع المناطق. وقد تم تفسير ذلك بمجموعة من الأمور؛ في مقدمتها: قرب المنطقتين المذكورتين من مناطق الصراعات العربية والدولية.

التلفزيون السعودي والفضائيات الأخرى

الفصل الأول

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي

الفصل الثاني

مشاهدة قنوات فضائية أخرى

الفصل الأول

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي

تمهيد

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الجنس

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب العمر

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المهنة

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المستوى التعليمي

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المناطق

الخلاصة

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي، وفيما إذا كانت تلك المشاهدة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تشاهد تلك القنوات «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال، وكذلك استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 1-1 إلى 1-6) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (1-1) أن نسبة الذكور الذين يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «دائماً» بلغت 27.2٪ بفارق طفيف في مقابل الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 25.2٪. أما الذين يشاهدون التلفزيون السعودي «أحياناً» من الذكور فقد بلغت نسبتهم 40.7٪، في مقابل 40.1٪ للإناث. كما بلغت نسبة الذين يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «قليل جداً» من الذكور 22.6٪ في مقابل 20.8٪ للإناث. وانحصرت نسبة الذين لا يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «أبداً» بين 8.9٪ للذكور و13.5٪ للإناث.

ويتضح أن الاتجاه العام لمشاهدة أفراد العينة لقنوات التلفزيون السعودي يعد ضعيفاً؛ فلم تتجاوز نسبة الذين يشاهدون التلفزيون السعودي «دائماً» الربع من أفراد العينة تقريباً، وهي نسبة تتقارب إلى حدٍ كبير مع من هم يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي بشكل «قليل جداً». وتبقى النسبة الغالبة تشاهد التلفزيون السعودي «أحياناً». وقد يفسر ذلك بأن قدرة التلفزيون السعودي على المنافسة مهنياً ضعيفة، إضافة إلى الحداثة النسبية لدخول القنوات الفضائية الأخرى في المجتمع، والتعدد والتمايز المستمر في هذه البيئة نتيجة بث قنوات جديدة، أو تغيير نمطية البث في عدد آخر من القنوات.

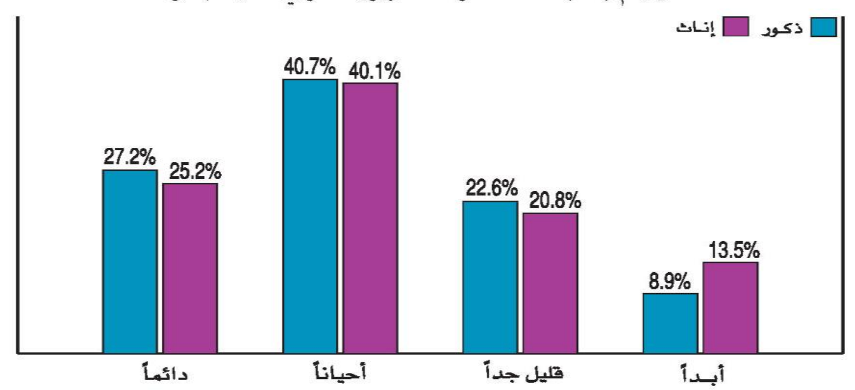
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن الغالبية من أفراد العينة يشبعون حاجاتهم المعرفية والاتصالية عن طريق وسائل أخرى بشكل يفوق توجههم نحو قنوات التلفزيون السعودي. وعلى أية حال فقد دلت النتائج المتعلقة بمتغير الجنس على أن اختلاف جنس أفراد العينة لا يعد متغيراً مهماً في عملية المشاهدة لقنوات التلفزيون السعودي، حيث يشاهد كل من الذكور والإناث التلفزيون السعودي بدرجة متقاربة في كل الحالات. وتؤكد قيمة مربع كاي هذه النتيجة.

جدول رقم (1-1) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الجنس

الجنس / درجة المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	428	27.2	397	25.2	825	26.2
أحياناً	641	40.7	632	40.1	1273	40.4
قليل جداً	356	22.6	327	20.8	683	21.7
أبداً	140	8.9	212	13.5	352	11.2
غير مبين	10	0.6	7	0.4	17	0.5
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 1,815 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-1) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الجنس



مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب العمر

يوضح الجدول رقم (1-2) أن نسبة من يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «دائماً» ممن أعمارهم بين 25-29سنة بلغت 29.0٪، مقابل نسبة 22.8٪ لمن أعمارهم بين 20-24 سنة، ونسبة 26.8٪ لمن أعمارهم بين 15-19سنة، كما بلغت نسبة من يشاهدون التلفزيون السعودي «أحياناً» من الفئة العمرية الأصغر 37.0٪، في مقابل 40.3٪ للفئة العمرية المتوسطة، و44.0٪ للفئة العمرية الأكبر. وبلغت نسبة الذين يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «قليل جداً» 23.0٪ للفئة العمرية الأصغر، و23.7٪ للفئة العمرية المتوسطة، و18.3٪ للفئة العمرية الأكبر. أما الذين لا يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «أبداً» فلم تتجاوز الفروق بين أفراد العينة نسبة 4.4٪ وكانت طفيفة فيما بين 8.1٪ و 12.5٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أنه على الرغم من الاتساق العام في النتائج المتعلقة بضعف مشاهدة التلفزيون السعودي بشكل عام، فإن متغير العمر يعد متغيراً ذا دلالة مهمة، ففي حين تتقارب النسب المئوية للذين يشاهدون التلفزيون السعودي «دائماً» بفوارق طفيفة بين مختلف الفئات العمرية، اتضح أن الفئة العمرية الأكبر بين

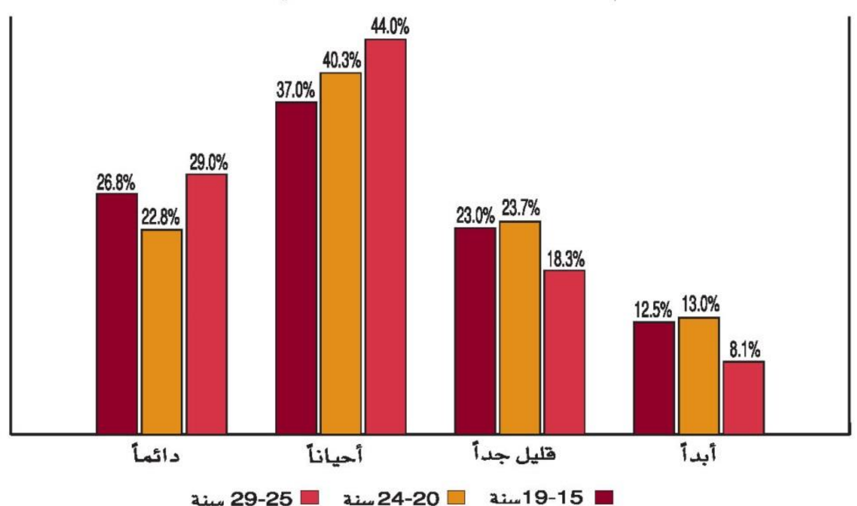
25-29سنة قد سجلت فرقا واضحا لصالحها في مقابل الفئات العمرية الأخرى، فهي الأكثر مشاهدة لقنوات التلفزيون السعودي. ويمكن أن يضاف لما سبق أن الفئات العمرية الأصغر 15-19سنة، ليست مندفعة لمشاهدة التلفزيون السعودي، حيث تقل نسبة من يشاهدونه «دائماً» في مقابل مستويات المشاهدة الأخرى، وهذا الأمر يشير بوضوح إلى أن مصادر التأثير الثقافي الاجتماعي على هذه الفئة الصغيرة هي مصادر أخرى غير التلفزيون المحلي، مما يرفع إمكانية تلقي هؤلاء الصغار لتأثيرات خارجية من وسائل الإعلام الخارجية وبخاصة قنوات التلفزيون الفضائية، وهو الأمر الذي يوضحه ارتفاع نسبة مشاهدة هذه الفئة ذاتها للقنوات الفضائية الأخرى.

جدول رقم (1-2) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب العمر

العمر / درجة المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	281	26.8	239	22.8	305	29.0	825	26.2
أحياناً	388	37.0	423	40.3	462	44.0	1273	40.4
قليل جداً	242	23.0	249	23.7	192	18.3	683	21.7
أبداً	131	12.5	136	13.0	85	8.1	352	11.2
غير مبين	8	0.8	3	0.3	6	0.6	17	0.5
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 38,786 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-2) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب العمر



مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (1-3) أن نسبة الذين يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «دائماً» من غير المتزوجين تبلغ 25.3٪ في مقابل 29.0٪ للمتزوجين. أما الذين يشاهدون تلك القنوات «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم من غير المتزوجين 39.3٪ في مقابل 42.8٪ للمتزوجين. كما بلغت نسبة «قليل جداً» من غير المتزوجين 23.0٪ في مقابل 18.4٪ للمتزوجين. وانحصرت نسبة الذين لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً» بين 9.4٪ للمتزوجين و 11.8٪ لغير المتزوجين.

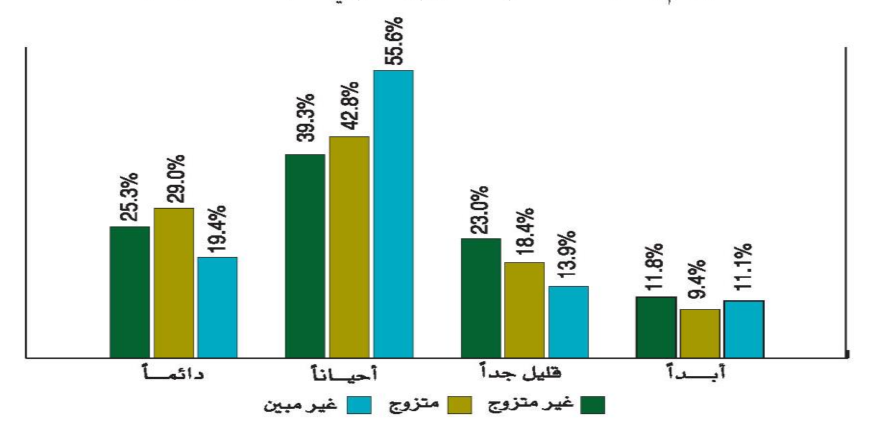
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن تأثير متغير الحالة الاجتماعية على عملية مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي يعد تأثيراً محدوداً، وإن سجلت النتائج بعض الفوارق النسبية لصالح المتزوجين الذين ارتفعت نسب مشاهدتهم في مقابل غير المتزوجين بفوارق طفيفة أو بسيطة. وربما يفسر ذلك أن مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي في المجتمع لا تزال تحظى بنسبة أكبر في الوسط العائلي ولدى بعض المتزوجين، في حين يتقاسم ساعات المشاهدة مع غير المتزوجين قنوات أخرى يأتي في مقدمتها القنوات الفضائية. وعلى أية حال، فإن متغير الحالة الاجتماعية لا يعد عاملاً رئيسياً في مدى مشاهدة أفراد العينة لقنوات التلفزيون السعودي سواء كانت المشاهدة «دائماً» أم «أحياناً» أم «قليل جداً»، فلم يتجاوز متوسط الفروق بين غير المتزوجين والمتزوجين نسبة 4٪، حيث تعتبر فروقاً طفيفة، كما لم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق مهمة بين من لا يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «أبداً» باعتبار متغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (1-3) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	574	25.3	244	29.0	7	19.4	825	26.2
أحياناً	893	39.3	360	42.8	20	55.6	1273	40.4
قليل جداً	523	23.0	155	18.4	5	13.9	683	21.7
أبداً	269	11.8	79	9.4	4	11.1	352	11.2
غير مبين	13	0.6	4	0.5	-	-	17	0.5
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 21,840 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-3) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (1-4) تقدم الموظفين العسكريين عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي في حال المشاهدة «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 37.4٪ في مقابل الذين لا يعملون؛ حيث بلغت نسبتهم 29.9٪، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 28.0٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 26.9٪، وربات المنازل بنسبة 24.8٪، وأخيراً الطلاب بنسبة 24.5٪. أما في حالة المشاهدة «أحياناً» فقد بلغت نسبة الموظفين المدنيين 45.4٪، يليهم الموظفون العسكريون بنسبة 44.0٪، ثم ربات المنازل بنسبة 42.3٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 41.0٪، ثم الطلاب بنسبة 39.0٪، وأخيراً موظفو القطاع الخاص بنسبة 36.0٪. وانحصرت نسبة الذين يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «قليل جداً» بين 12.1٪ للموظفين العسكريين و 24.2٪ لموظفي القطاع الخاص، وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لا يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «أبداً» لتنحصر بين 6.4٪ للموظفين المدنيين، و12.9٪ لموظفي القطاع الخاص.

ويشير الجدول إجمالاً إلى الارتفاع النسبي لدى الموظفين سواء منهم المدنيون أو العسكريون في مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي، حيث تتقدم هاتان الفئتان عن بقية الفئات في مدى المشاهدة، لتصل المشاهدة إلى أقل درجاتها لدى الطلاب. ويجري الشيء نفسه على دلالات النتائج فيما يتعلق بعدم مشاهدة التلفزيون السعودي «أبداً»؛ حيث تقل النسبة كثيراً لدى الموظفين المدنيين والعسكريين لترتفع نسبياً لدى الفئات الأخرى. ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الحاجات الاتصالية لدى الموظفين المدنيين والعسكرين تدفعهم بشكل أكثر لمشاهدة التلفزيون السعودي الذي يعد قناة رسمية، في حين أن الفئات المهنية الأخرى من أفراد العينة قد يقل لديهم هذا الدافع الرسمي للمشاهدة، وبناءً عليه، فإن متغير المهنة يمكن اعتباره متغيراً مهماً في عملية المشاهدة لقنوات التلفزيون السعودي لصالح أصحاب المهن الرسمية.

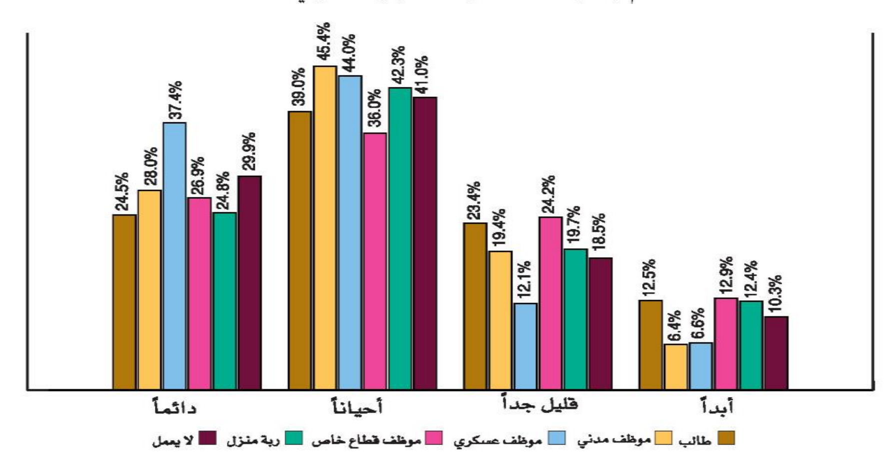
وهذا الأمر يؤكد ما تمت الإشارة إليه من خطورة عزوف الفئات العمرية الأصغر عن مشاهدة التلفزيون السعودي، وهو الشيء الذي يمكن معه أن يفهم إقبال الأكبر سناً على المشاهدة لرغبتهم ربما في متابعة الأخبار والأحداث المحلية، واتساقاً مع احتياجاتهم المعرفية المتعلقة غالباً بطبيعة أعمالهم ووظائفهم والتي كان لها أيضا تأثيرات واضحة على متابعة هذه الفئة للصحف السعودية مثلاً.

جدول رقم (1-4) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المهنة

المهنة / درجة المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	458	24.5	153	28.0	34	37.4	50	26.9	34	24.8	81	29.9	13	24.5	823	26.1
أحياناً	727	39.0	248	45.4	40	44.0	67	36.0	58	42.3	111	41.0	23	43.4	1274	40.4
قليل جداً	436	23.4	106	19.4	11	12.1	45	24.2	27	19.7	50	18.5	9	17.0	681	21.7
أبداً	234	12.5	35	6.4	6	6.6	24	12.9	17	12.4	28	10.3	8	15.1	352	11.2
غير مبين	11	0.6	4	0.7	-	-	-	-	1	-	1	0.4	-	-	17	0.5
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 44,571 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-4) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المهنة



مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (1-5) أن الحاصلين على البكالوريوس من أفراد العينة يتقدمون على غيرهم من حملة المؤهلات الأخرى في مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي «دائماً»؛ حيث بلغت نسبتهم 30.1٪، يليهم الحاصلون على الشهادة الابتدائية بنسبة 29.2٪، ثم الحاصلون على الشهادة المتوسطة بنسبة 25.0٪، ثم الثانوية العامة بنسبة 23.9٪. كما يتقدم الحاصلون على البكالوريوس أيضاً في حال المشاهدة «أحياناً» بنسبة 42.5٪، يليهم حملة الثانوية العامة بنسبة 42.4٪، ثم المتوسطة بنسبة 37.9٪، ثم الابتدائية 34.5٪. وانحصرت نسب الذين يشاهدون التلفزيون السعودي «قليل جداً» بين 19.9٪ لحملة البكالوريوس، و 22.3٪ لكل من حملة المتوسطة والثانوية العامة. أما الذين لا يشاهدون التلفزيون السعودي «أبداً» فجاءت نسبهم بين 7.0٪ لحملة البكالوريوس و 14.1٪ لحملة الشهادة المتوسطة.

ويشير الجدول إجمالاً إلى عدم وجود دلالات واضحة على تأثير متغير المستوى التعليمي على مدى مشاهدة التلفزيون السعودي، وذلك في حال المشاهدة «دائماً»، ولكن النتائج تؤكد أنه في حين المشاهدة «أحياناً» (وهي النسبة الغالبة من أفراد العينة). فيبدو أن لمتغير المستوى التعليمي تأثيراً ما على مدى المشاهدة للتلفزيون السعودي. ويأتي هذا التأثير مرتبطاً ارتباطاً طردياً مع المستوى التعليمي؛ بحيث ترتفع نسبة مشاهدة حملة البكالوريوس يليهم الثانوية العامة ثم المتوسطة ثم الابتدائية. إن قدرة التلفزيون السعودي على استقطاب المشاهدين تبدأ في التناقص كلما قل المستوى التعليمي وظهرت الحاجة لمزيدٍ من برامج التسلية والترفيه أو البرامج التي تلبي رغبات الأجيال القادمة، وهو الأمر الذي قد يفسر إقبال أصحاب المستويات التعليمية الأقل على مشاهدة قنوات تلفزيونية أخرى.

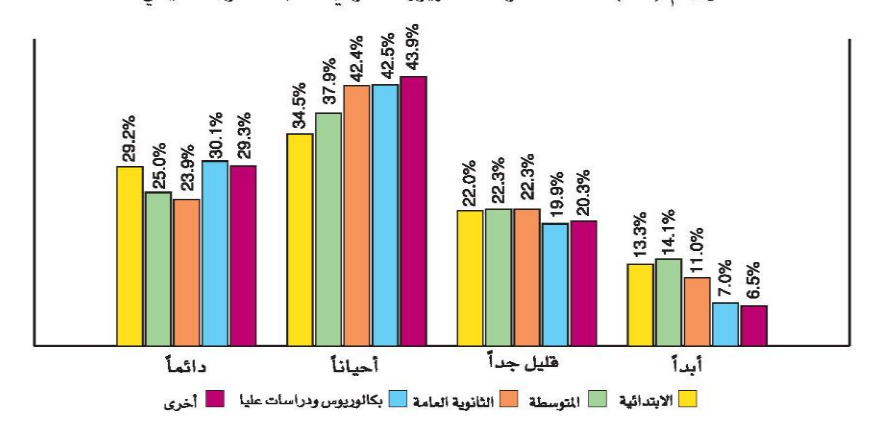
ولهذه النتائج مؤشرات مهمة جداً؛ بل يمكن وصفها بالخطيرة على مصادر التحصيل والتنشئة الفكرية والثقافية للشباب السعودي الأصغر سناً على وجه التحديد، حيث من المتوقع أن يؤدي ضعف إقبال الفئات العمرية الأصغر على مشاهدة الإعلام المحلي إلى متابعته لمصادر معلومات ومعارف خارجية.

جدول رقم (1-5) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	77	29.2	254	25.0	261	23.9	184	30.1	36	29.3	11	25.6	823	26.1
أحياناً	91	34.5	385	37.9	463	42.4	260	42.5	54	43.9	21	48.8	1274	40.4
قليل جداً	58	22.0	227	22.3	244	22.3	122	19.9	25	20.3	8	18.6	684	21.7
أبـــداً	35	13.3	143	14.1	120	11.0	43	7.0	8	6.5	3	7.0	352	11.2
غير مبين	3	1.1	7	0.7	4	0.4	3	0.5	-	-	-	-	17	0.5
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 40,829 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-5) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المستوى التعليمي



مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (1-6) أن نسبة أفراد العينة الذين يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «دائماً» 17.0٪ في المنطقة الشرقية، و25.2٪ في المنطقة الوسطى، و 25.7٪ في المنطقة الغربية، وفي المنطقة الشمالية 30.2٪، وقد بلغت النسبة في المنطقة الجنوبية 32.9٪ مسجلة بذلك فارقاً كبيراً جداً بينها وبين أفراد العينة في المنطقة الشرقية، وفرقا واضحا بينها وبين أفراد العينة في المنطقتين الوسطى والغربية. أما الذين يشاهدون تلك القنوات «أحياناً» فلم تشر النتائج إلى فروق كبيرة بين المناطق.

كما انحصرت نسبة الذين لا يشاهدون التلفزيون السعودي «أبداً» بين 7.0٪ للمنطقة الشمالية و 14.9٪ للمنطقة الشرقية، وتشير هذه النتائج إلى دور مهم لمتغير المناطق في مدى مشاهدة أفراد العينة لقنوات التلفزيون السعودي، وبخاصة عندما تكون المشاهدة «دائماً». فقد دلت النتائج على أن هناك فارقاً كبيراً جداً بين مشاهدة أفراد العينة لتلك القنوات بالأخذ بعين الاعتبار المناطق التي ينتمون إليها. وتتقدم المنطقة الشمالية والمنطقة الجنوبية في ارتفاع نسب المشاهدة، وهو الأمر الذي انعكس على نسبة الذين لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً»، حيث تدنت هذه النسبة لدى العينة في هاتين المنطقتين إلى 7٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى التأثير المتوقع للارتباط بالبيئة الثقافية المحلية في كل من المنطقتين الشمالية والجنوبية، مما يدفع أفراد العينة في هاتين المنطقتين إلى الارتباط بشكل أكبر بمشاهدة التلفزيون السعودي مقارنة بأقرانهم من المناطق الأخرى فيما يتعلق بالمشاهدة «الدائمة». ويستخلص من ذلك أن مشاهدة التلفزيون السعودي في كل من المنطقة الشمالية والمنطقة الجنوبية يعد أكبر مقارنة ببقية المناطق. كما جاءت المنطقة الوسطى لتؤكد الشيء نفسه خاصة في حال المشاهدة «أحياناً»، حيث ارتفعت نسبة المشاهدة ارتفاعاً نسبياً مقارنة ببقية المناطق.

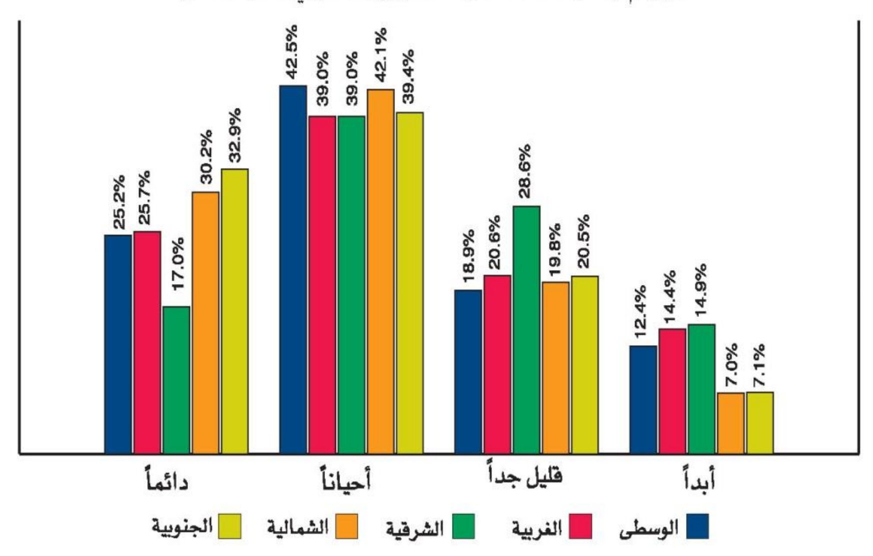
ويضاف إلى ذلك: ارتباط سكان المناطق الشمالية والجنوبية بموروثهم الثقافي بشكل يبدو أكثر من سكان المناطق الأخرى، سهولة توافر وانتشار الأطباق الهوائية في المناطق الأكثر رفاهية، ووجود نسبة كبيرة من مستخدميها؛ الأمر الذي يرفع الحرج (الثقافي) ربما عن الآخرين لتتكاثر نسبة استخدامها شيئاً فشيئاً، طالما أن اقتناءها يعد أمراً ملحاً في ظل عدم قدرة التلفزيون السعودي على تلبية الاحتياجات المعرفية لكل فئات المجتمع.

جدول رقم (1-6) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المناطق

المنطقة / درجة المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	159	25.2	162	25.7	107	17.0	190	30.2	207	32.9	825	26.2
أحياناً	268	42.5	246	39.0	246	39.0	265	42.1	248	39.4	1273	40.4
قليل جداً	119	18.9	130	20.6	180	28.6	125	19.8	129	20.5	683	21.7
أبداً	78	12.4	91	14.4	94	14.9	44	7.0	45	7.1	352	11.2
غير مبين	6	1.0	1	0.2	3	0.5	6	1.0	1	0.2	17	0.5
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 93,701 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-6) مشاهدة قنوات التلفزيون السعودي حسب المناطق



الخلاصة:

تشير النتائج هنا إلى أن أفراد العينة بشكل عام ودون النظر إلى مجموعة المتغيرات الديموغرافية التي تم عرضها يشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «أحياناً» بنسبة غالبة بلغت 40.4٪ مسجلة بذلك فرقاً كبيراً جداً مع الذين يشاهدون تلك القنوات «دائماً»؛ حيث تقل نسبتهم إلى 26.2٪. كما بلغت نسبة الذين يشاهدونها بشكل «قليل جداً» 21.7٪. أما الذين لايشاهدون قنوات التلفزيون السعودي «أبداً» بلغت نسبتهم 11.2٪.

وتشير هذه النتائج إلى أن مشاهدة التلفزيون السعودي تعد بشكل عام منخفضة؛ حيث ترتفع نسبة المشاهدة «أحياناً» في مقابل المستويات الأخرى للمشاهدة.

إن هذا المستوى المنخفض بشكل عام يدل على تدني مكانة التلفزيون السعودي لدى أفراد العينة في مقابل قنوات التلفزيون الفضائية الأخرى التي دلت الدراسة على أن النسبة الغالبة لمشاهدتها من قبل أفراد العينة تكون «دائماً»، وفي ضوء ذلك دلت النتائج على أن عدداً من المتغيرات تؤثر في عملية مشاهدة أفراد العينة لقنوات التلفزيون السعودي، سواء كانت المشاهدة «دائماً» أو «أحياناً»، ومن تلك المتغيرات الديموغرافية: المهنة؛ حيث تقدم أصحاب المهن الرسمية من الموظفين العسكريين والمدنيين على غيرهم، في حين تأخر كل من الطلاب وربات المنازل لأسباب قد ترتبط بطبيعة الاحتياجات الاتصالية والمعرفية لكل منهم، حيث تتفق هذه النتائج مع ارتفاع نسبة الموظفين الذين يطالعون الصحف السعودية، مما يؤكد أن الارتباط بالإعلام المحلي إنما يأتي غالباً لتلبية احتياجات معرفية رسمية أكثر منه في مجال المعلومات والمعارف العامة والترفيه.

كذلك، برز متغير المناطق باعتباره متغيراً مهماً في عملية مشاهدة أفراد العينة لقنوات التلفزيون السعودي، حيث حظي بمشاهدة أعلى في كل من المناطق الشمالية والوسطى والجنوبية في مقابل المنطقتين الغربية والشرقية، وهذا الأمر يعود إلى الطبيعة الاتصالية والثقافية العامة في هذه المناطق بشكل عام. حيث يبدو أن تأثير الموروث الثقافي المحلي وربما أيضاً محدودية القدرة على الاتصال ثقافياً بوسائط أخرى؛ قد ساعدت على ارتفاع معدل مشاهدة التلفزيون السعودي في كل من المنطقتين الشمالية والجنوبية في مقابل المناطق الأخرى. كما يتدخل عامل آخر في عزوف الشباب في المناطق الأكثر رفاهية عن الإعلام المحلي، وهو: توفر أجهزة الاستقبال والقبول العام لاستخدامها. وفي كلتا الحالتين يبقى انخفاض المستوى العام لأداء التلفزيون السعودي عاملاً مهماً في الانخفاض الملحوظ في مشاهدته في مجمل المناطق. كما جاء متغير العمر ليشير إلى أن الفئات العمرية الأكبر تبدو أكثر تعرضاً للتلفزيون السعودي لاعتبارات تتعلق ربما بمستوى الاحتياجات المعرفية لديهم في مقابل الاحتياجات الترفيهية لدى الفئات العمرية الأصغر. ولهذا ارتباط مباشر بالمهنة، حيث الأكبر سناً هم الموظفون، والموظفون يشاهدون التلفزيون السعودي لاحتياجات معرفية رسمية تتعلق غالباً بطبيعة مهماتهم ووظائفهم ورغبتهم في الحصول على معلومات حول الأوضاع المحلية.

وأخيراً: دلت النتائج في هذا الفصل على أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً له دلالة نسبية، حيث ترتفع بقدر يسير مشاهدة التلفزيون السعودي لدى المتزوجين في مقابل غير المتزوجين.

الفصل الثاني

مشاهدة قنوات فضائية أخرى

تمهيد

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الجنس

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب العمر

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المهنة

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المستوى التعليمي

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المناطق

الخلاصة

مشاهدة قنوات فضائية أخرى

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم لقنوات تلفزيونية فضائية أخرى غير السعودية، وفيما إذا كانت تلك المشاهدة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تشاهد تلك القنوات «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلا مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال، وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 1-7 إلى 1-12) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (1-7) أن هناك اختلافاً واضحاً لصالح الذكور ممن يشاهدون القنوات الفضائية غير السعودية «دائماً» وبنسبة تبلغ 57.1٪، في مقابل الإناث اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية غير السعودية «دائماً» بنسبة بلغت 48.4٪. أما فيما عدا ذلك، فقد جاء الفرق بين الجنسين طفيفاً، حيث إن 27.2٪ من الذكور يشاهدون القنوات الفضائية «أحياناً»، في مقابل 26.9٪ من الإناث. وأخيراً، بلغت نسبة من يشاهدونها بشكل «قليل جداً» من الذكور 8.7٪، في مقابل 11.1٪ من الإناث. أما الذين لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً» من الذكور فلم تتجاوز نسبتهم 6.7٪، في مقابل 13.3٪ من الإناث.

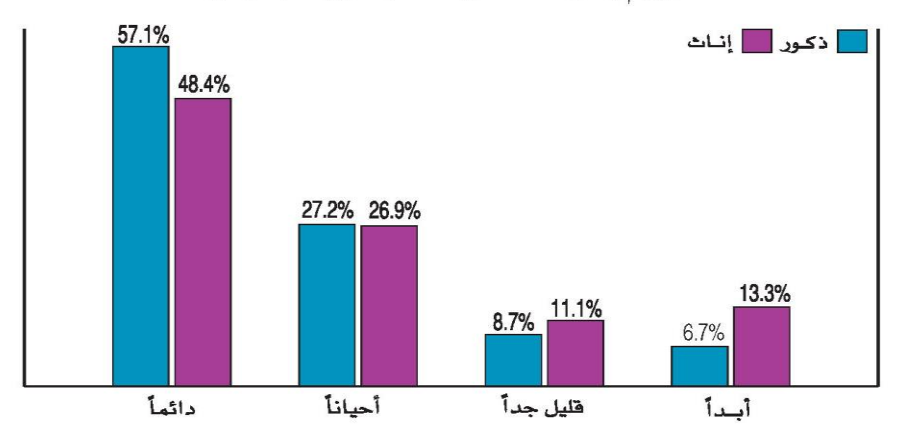
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يمثل عاملاً مهماً في مدى مشاهدة أفراد العينة من الذكور والإناث للقنوات الفضائية غير السعودية، وذلك بشكل خاص بالنسبة لأفراد العينة الذين يشاهدون تلك القنوات «دائماً»، حيث يتقدم الذكور على الإناث، مما يؤكد أولوية القنوات الفضائية غير السعودية لدى الذكور، وامتلاكها لساعات مشاهدة عالية، غير أن هذه النتيجة لا تقلل من دور تلك القنوات لدى الإناث، حيث يعد تعرضهن لها تعرضاً مرتفعاً أيضاً. وقد يفسر ذلك التوجه أموراً عدة، من أهمها: الطبيعة الاتصالية للمجتمع السعودي، إذ تشير عدد من الدراسات إلى أن المجتمع السعودي مجتمع وسائلي، استطاع امتلاك التقنية واستخدامها لإشباع رغباته واحتياجاته بشكل جيد وبخاصة في المناطق الأكثر رفاهية، يدعمه في ذلك، القدرة الاقتصادية الجيدة المعتمدة على مستوى دخل مرتفع بشكل عام للفرد في المجتمع السعودي. يضاف إلى ذلك: ضعف القدرة الاتصالية لوسائل الإعلام المحلية وبخاصة التلفزيون المحلي، الذي تؤكد العديد من الدراسات عدم قدرته على التواؤم مع تطلعات الجمهور من ناحية، ومن ناحية ثانية عدم قدرته على الاتساق مع مستجدات صناعة التلفزيون في العالم، مما أفسح المجال أمام قنوات التلفزيون الأخرى أن تحظى بهذه المكانة لدى أبناء المجتمع. وهو الأمر الذي اتضح أيضا من خلال استعراض نتائج الفصول السابقة ذات العلاقة بإقبال الشباب على الإعلام المحلي.

جدول رقم (1-7) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الجنس

الجنس / درجة الاطلاع	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	899	57.1	762	48.4	1661	52.7
أحياناً	429	27.2	423	26.9	852	27.0
قليل جداً	137	8.7	175	11.1	312	9.9
أبداً	106	6.7	210	13.3	316	10.0
غير مبين	4	0.3	5	0.3	9	0.3
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 51,123 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-7) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الجنس



مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب العمر

يوضح الجدول رقم (1-8) أن نسبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية «دائماً» قد بلغت 52.1٪ لمن تتراوح أعمارهم بين 15-19سنة، و 53.9٪ لمن تتراوح أعمارهم بين 20-24سنة، و 52.2٪ لمن تتراوح أعمارهم بين 25-29سنة، وذلك بفارق طفيف بين مجموع الفئات العمرية. كما جاء الفرق بسيطاً أيضاً بحيث لم يتجاوز 5٪ بين الذين يشاهدون تلك القنوات من أفراد العينة «أحياناً» أو من هم «قليل جداً» وفق متغير العمر، بحيث تراوحت النسبة بين 25.1٪ و 29.2٪ ممن يشاهدون تلك القنوات «أحياناً»، وبين 9.3٪ و 10.5٪ يعدون «قليل جداً». أما الذين لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً»، فلم تتجاوز نسبتهم 11.0٪، وجاءت أعلاها لمن تتراوح أعمارهم بين 15-19سنة.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر لا يمثل عاملاً مهماً في اختلاف مدى مشاهدة أفراد العينة للقنوات الفضائية غير السعودية، وهو الأمر الذي أشارت إليه قيمة مربع كاي؛ حيث لم تشر إلى أي دلالة إحصائية، وبالتالي، فإن جميع أفراد العينة من جميع الفئات العمرية يشاهدون قنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية بدرجة متقاربة، وهي درجة مرتفعة بشكل ملحوظ، وتؤكد هذه النتيجة أن تلك القنوات تمكنت من استقطاب الشباب بمختلف فئاته العمرية، وحظيت بساعات مشاهدة عالية، نظرا لحداثتها النسبية في المجتمع، وباعتبارها بديلاً مهماً جداً للتلفزيون المحلي الأقل احترافية، والأضعف جماهيرية، بحسب نتائج مجموعة من الدراسات في هذا المجال.

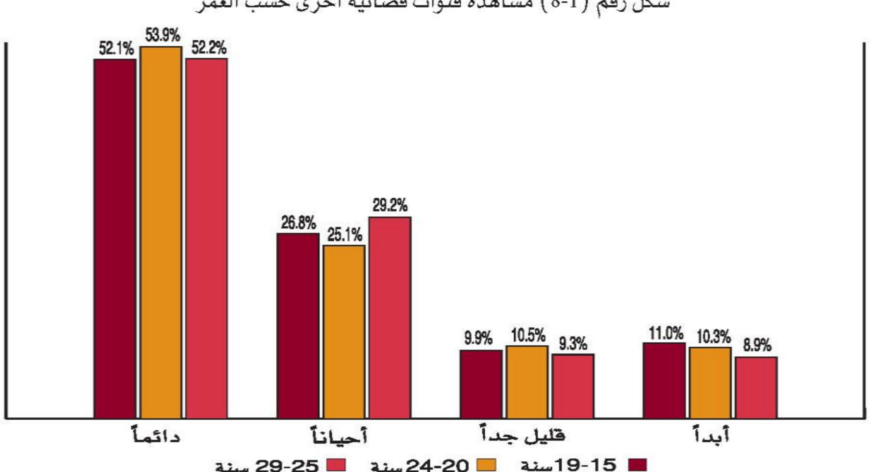
ولمثل هذه النتائج دلائل مهمة جداً في إطار السعي للتعرف على مصادر التكوين المعرفي والاتصالي للشباب في المجتمع السعودي، حيث تبدو تلك المصادر غير سعودية في غالب الأحيان، مع ضعف في قدرة الوسائل السعودية على المنافسة.

جدول رقم (1-8) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب العمر

درجة الاطلاع / العمر	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائما	547	52.1	566	53.9	548	52.2	1661	52.7
أحياناً	281	26.8	264	25.1	307	29.2	852	27.0
قليل جداً	104	9.9	110	10.5	98	9.3	312	9.9
أبداً	115	11.0	108	10.3	93	8.9	316	10.0
غير مبين	3	0.3	2	0.2	4	0.4	9	0.3
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 6,854 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-8) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب العمر



مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (1-9) ارتفاعاً نسبياً لغير المتزوجين في مجال مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية «دائماً»؛ حيث بلغت نسبتهم 53.3٪، وجاءت نسبة المتزوجين الذين يشاهدون تلك القنوات «دائماً» بنسبة مقاربة وبفارق طفيف؛ حيث بلغت 51.0٪. أما في حال مشاهدة تلك القنوات «أحياناً»، فقد جاء الفرق بسيطا بنسبة بلغت 25.7٪ لغير المتزوجين، و30.9٪ بالنسبة للمتزوجين. ويبقى الفرق طفيفاً أيضاً بالنسبة لمن يشاهدونها بشكل «قليل جداً»، أو الذين لا يشاهدونها «أبداً» بنسب لم تتجاوز 10.8٪ في كل الحالات.

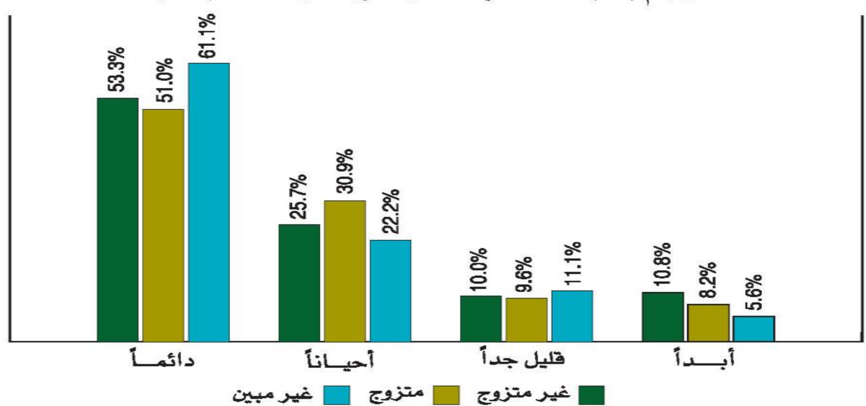
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً قليل الأهمية في عملية تعرض أفراد العينة لتلك القنوات، وهي النتيجة التي أشارت إليها قيمة مربع كاي، مما يؤكد من جديد ما أظهرته النتائج في الجدولين السابقين من إقبال أفراد العينة عموماً على مشاهدة تلك القنوات وانخفاض مستوى الفروق بينهم. وقد يفسر هذه النتيجة فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية انتشار أطباق استقبال البث الفضائي في المجتمع السعودي في معظم الأماكن العامة التي يرتادها الناس عادة للراحة، والتنزه، وقضاء أوقات الفراغ ، على نحو: الاستراحات، والمخيمات، والمقاهي المنتشرة داخل المدن وحولها، إضافة إلى انتشار الأطباق أيضاً في المنازل، لا سيما في المدن الرئيسة. وقد تكون هذه الأسباب إضافة لما ذكر في الصفحات السابقة من عوامل تدفع الناس للمشاهدة العالية لتلك القنوات قد أدت إلى التقارب النسبي المرتفع بين المتزوجين وغير المتزوجين في مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية، وقلصت الفوارق بين هاتين الفئتين. وعموماً، تشير هذه النتائج إلى أن جميع فئات الشباب ومن بينهم العائلات؛ تعد مستهلكاً مهماً للإعلام الفضائي الخارجي، وبهذه الحقيقة أهمية كبيرة من حيث طبيعة مصادر المعلومات والمعارف التي يتعرض لها الشباب والعائلات، وهي في هذه الحالة القنوات الفضائية.

جدول رقم (1-9) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة الاطلاع	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	1210	53.3	429	51.0	22	61.1	1661	52.7
أحياناً	584	25.7	260	30.9	8	22.2	852	27.0
قليل جداً	227	10.0	81	9.6	4	11.1	312	9.9
أبداً	245	10.8	69	8.2	2	5.6	316	10.0
غير مبين	6	0.3	3	0.4	-	-	9	0.3
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 12,095 وهي غير دالة إحصائياً.





مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (1-10) أن الموظفين العسكريين يتقدمون على بقية فئات أفراد العينة في مشاهدة تلك القنوات، فقد بلغت نسبة من يشاهدونها منهم «دائماً» 56.0٪، يليهم موظفو القطاع الخاص والذين لا يعملون بنسبة متماثلة بلغت 55.4٪ لكل من الفئتين، ويأتي بعد ذلك الموظفون المدنيون بنسبة بلغت 54.9٪، يليهم الطلاب الذين بلغت نسبتهم 51.9٪، وأخيراً ربات المنازل اللاتي بلغن نسبة قدرها 48.2٪. أما الذين يشاهدون تلك القنوات «أحياناً» فتراوحت نسبهم بين 36.3٪ للموظفين العسكريين، و29.9٪ لربات المنازل، و29.5٪ للموظفين المدنيين، و26.3٪ لموظفي القطاع الخاص، و25.9٪ للطلاب، و23.6٪ للذين لا يعملون. وقد أدت هذه النسب المرتفعة للذين يشاهدون تلك القنوات «دائماً» أو «أحياناً» إلى انخفاض نسب الذين يشاهدونها بشكل «قليل جداً»، أو لا يشاهدونها «أبداً» لتنحصر بين 12.2٪ - 5.5٪ و 11.7٪ - 2.2٪ على التوالي.

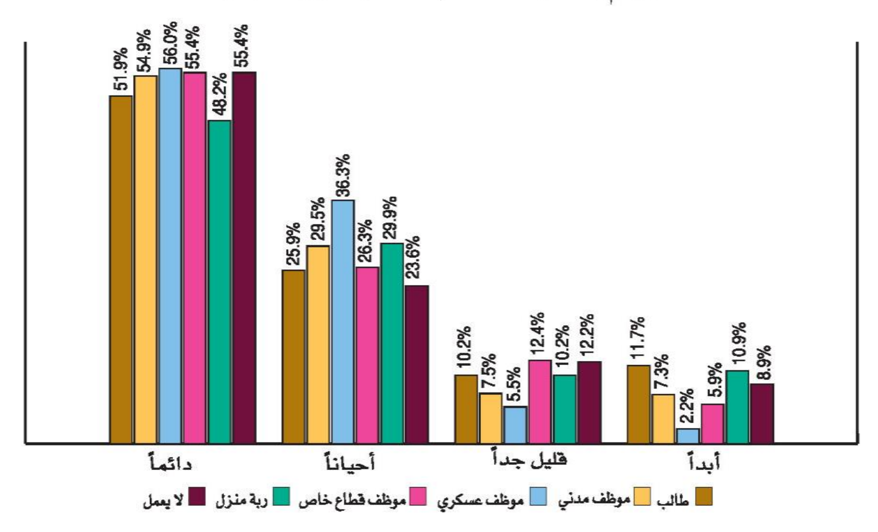
ويشير الجدول إجمالاً إلى أنه بالنسبة لمن يشاهدون تلك القنوات «دائماً»؛ فإن الفروق بين فئات أفراد العينة تبعاً للمهنة تأتي فروقا طفيفة أو بسيطة بشكل عام، في حين تبدأ الفروق بالزيادة لدى الذين يشاهدون تلك القنوات «أحياناً» لتصل إلى فارق كبير جداً بين الموظفين العسكرين الذين يحتلون المرتبة الأولى في المشاهدة «أحياناً» وبين الذين لا يعملون. وتشير هذه النتائج إلى دلالات ذات ارتباط بالمهنة يمكن الاستناد إليها في تفسير تباين النسب في درجة المشاهدة وبخاصة عندما تكون المشاهدة «أحياناً»، حيث قد تفسر هذه الفروق بطبيعة ارتباط أفراد العينة بأماكن العمل الأكثر إثارة للحاجات الاتصالية والمعرفية المتقدمة، وهو ما قد يعطي دلالة على ارتفاع النسب لدى الموظفين بشكل عام في مقابل الطلاب وربات المنازل. غير أنه من المهم التأكيد هنا على أن الفوارق بين جميع الفئات تبقى نسبية ودون تباين شامل بينها، مما يؤكد ما تمت الإشارة إليه من أن القنوات الفضائية غير السعودية تحظى بساعات مشاهدة عالية لدى جميع أفراد العينة، ويدعم هذه النتيجة -هنا أن التباين في النتائج بين مجموع الفئات عند المشاهدة «دائماً»؛ قد جاء تبايناً طفيفاً أو بسيطا بشكل عام، وتدل هذه النتائج على أمر مهم جداً، وهو: أن العاملين في جميع المهن والطلاب وربات المنازل هم من المشاهدين لقنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية وبدرجة عالية.

جدول رقم (1-10) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المهنة

المهنة / درجة الاطلاع	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	969	51.9	300	54.9	51	56.0	103	55.4	66	48.2	150	55.4	20	37.7	1659	52.7
أحياناً	483	25.9	161	29.5	33	36.3	49	26.3	41	29.9	64	23.6	21	39.6	852	27.0
قليل جداً	191	10.2	41	7.5	5	5.5	23	12.4	14	10.2	33	12.2	7	13.2	314	10.0
أبداً	219	11.7	40	7.3	2	2.2	11	5.9	15	10.9	24	8.9	5	9.4	316	10.0
غير مبين	4	0.2	4	0.7	-	-	-	-	1	0.7	-	-	-	-	9	0.3
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 47,709 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-10) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المهنة



مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (1-11) أن ذوي المؤهلات المتوسطة قد سجلوا النسبة الغالبة من أفراد العينة الذين يشاهدون تلك القنوات «دائماً»؛ حيث بلغت نسبتهم 54.1٪، ويأتي بعد ذلك حملة البكالوريوس بنسبة بلغت 53.3٪، ثم حملة الابتدائية بنسبة 53.0٪، وأخيراً حملة الثانوية العامة بنسبة بلغت 51.6٪. أما الذين يشاهدون تلك القنوات «أحياناً»؛ فقد جاء حملة البكالوريوس بنسبة بلغت 28.1٪، يليهم حملة الابتدائية بنسبة 27.3، ثم حملة الثانوية العامة 26.7٪، وأخيراً حملة شهادة المتوسطة بنسبة بلغت 25.2٪. وتراوحت نسبة من من يشاهدونها بشكل «قليل جداً» بين 9.5٪ لحملة الابتدائية، و 10.9٪ لحملة الثانوية. وكذلك تراوحت نسبة من لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً» بين 8.2٪، لحملة البكالوريوس، و 10.7٪ لحملة الشهادة المتوسطة.

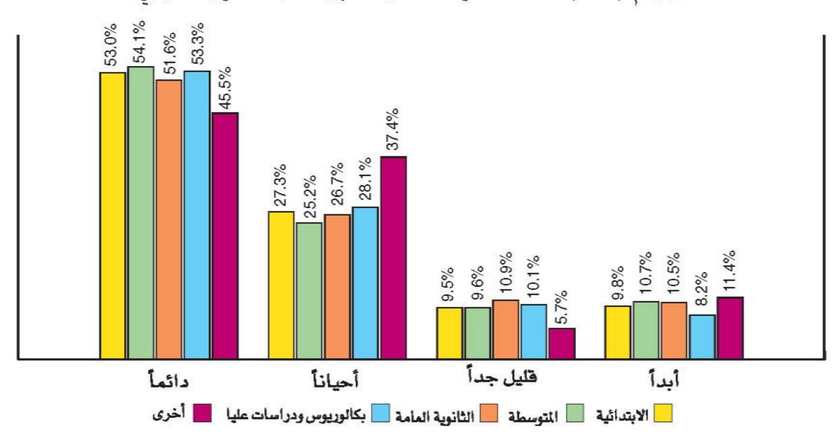
ويشير الجدول إجمالاً إلى أنه ليس لمتغير المستوى التعليمي تأثير واضح على مدى أفراد العينة على مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية، حيث تشير النتائج إلى أن الفروق بين مجموع الفئات لا تعدو أن تكون فروقا طفيفة، وعلى هذا الأساس جاءت قيمة مربع كاي غير دالة إحصائياً، وهو ما يمكن الاستدلال منه على أن تلك القنوات تحظى بجماهيرية عالية لدى أفراد العينة من جميع المستويات التعليمية، ففي حين يتقدم حملة المؤهل المتوسط للمرتبة الأولى بفارق طفيف مع بقية المستويات، يليهم مباشرة حملة المؤهل الجامعي في حال المشاهدة «دائماً»؛ نجد أن حملة شهادة البكالوريوس يتقدمون للمرتبة الأولى في حال المشاهدة «أحياناً»، يليهم مباشرة حملة الشهادة الابتدائية. وفي هذه النتائج دلالة واضحة على أن مشاهدة تلك القنوات لا تستند إلى علاقة ارتباط بالمستوى التعليمي. وهذا الأمر دون شك مرتبط بمشاهدة تلك القنوات بشكل عام، حيث تغيرت نسب المشاهدة عندما كان السؤال الموجه لأفراد العينة متعلقاً بمضامين برامجية محددة دون أخرى، وهناك جاء المستوى التعليمي ليمثل متغيراً مهماً في النتائج، وهو الأمر الذي ستوضحه الدراسة في الصفحات المقبلة.

جدول رقم (1-11) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة الاطلاع	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	140	53.0	550	54.1	563	51.6	326	53.3	56	45.5	24	55.8	1569	52.7
أحياناً	72	27.3	256	25.2	292	26.7	172	28.1	46	37.4	14	32.6	852	27.0
قليل جداً	25	9.5	98	9.6	119	10.9	62	10.1	7	5.7	3	7.0	314	10.0
أبــــداً	26	9.8	109	10.7	115	10.5	50	8.2	14	11.4	2	4.7	316	10.0
غير مبين	1	0.4	3	0.3	3	0.3	2	0.3	-	-	-	-	9	0.3
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 17,654 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (1-11) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المستوى التعليمي



مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (1-12) أن الذين يشاهدون القنوات الفضائية غير السعودية في المنطقة الشرقية «دائماً» قد بلغت نسبتهم من أفراد العينة 59.5٪، في مقابل 54.1 ٪ في المنطقة الغربية، و48.1٪ في المنطقة الجنوبية، و50.5٪ في المنطقة الوسطى، و51.4٪ في المنطقة الشمالية. أما بالنسبة للذين يشاهدون القنوات الفضائية غير السعودية «أحياناً» أو «قليل جداً» فلم تظهر النتائج غير فوارق بسيطة أو طفيفة بين المناطق. وفيما يتعلق بالذين لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً» فلم تتجاوز نسبتهم 10٪ في ثلاث مناطق، هي: الوسطى، والغربية، والشرقية، في حين ارتفعت النسبة قليلا لتصل إلى 12.1٪ في المنطقة الجنوبية، و 14.3٪ في المنطقة الشمالية.

ويشير الجدول إجمالاً إلى وجود فرق كبير بين من يشاهدون القنوات الفضائية غير السعودية «دائماً» لصالح أفراد العينة في المنطقة الشرقية في مقابل المناطق الأخرى وبخاصة المنطقة الجنوبية، وكذلك فرق واضح بين أفراد العينة في المنطقة الغربية والمنطقة الجنوبية لصالح المنطقة الغربية. في حين ظهر فرق واضح أيضاً بين أفراد العينة في المنطقة الشرقية وسواهم في كل من المنطقتين الشمالية، والوسطى.

وعلى الرغم مما تشير إليه هذه الدراسة من الارتفاع العام في درجة مشاهدة أفراد العينة لتلك القنوات في مختلف المناطق الخاضعة للدراسة، فإنه من الممكن تفسير التباين الملحوظ بين المناطق في درجة المشاهدة بالاستناد إلى حقيقة أن كلا من المنطقة الشرقية والمنطقة الغربية تعدان منطقتا اتصال إنساني واسع، نتيجة موقعهما الذي مكنهما من التواصل ثقافياً مع مجتمعات مختلفة أخرى، حيث دول الجوار في المنطقة الشرقية، وحركة التجار والحجاج المستمرة في المنطقة الغربية، وهذه البيئة قد تكون وراء إقبال الناس في هاتين المنطقتين بشكل أكبر على وسائل الاتصال الخارجية نتيجة ترسخ قيم الاتصال الإنساني بشكل قد يكون أعمق منه في بقية المناطق التي تمثل البيئة الثقافية الأكثر التصاقاً بالموروث المحلي، فهذه البيئة ساعدت على الانخفاض النسبي في عملية مشاهدة تلك القنوات.

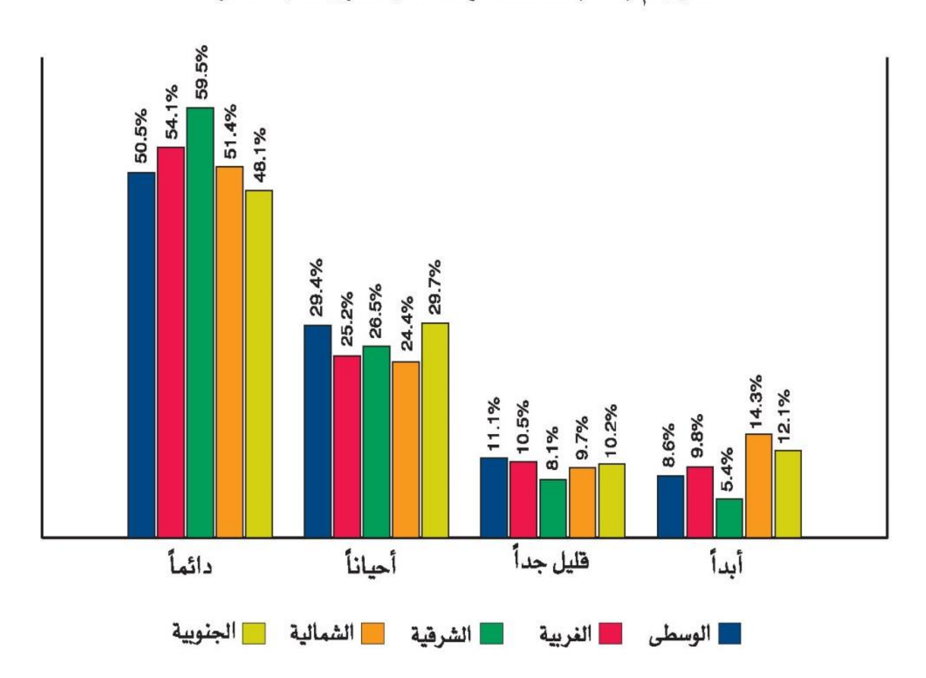
وتؤكد دراسات الإعلام والاتصال الإنساني أنه بقدر ما تكون البيئة الثقافية بيئة منفتحة على الآخر، تحظى وسائل الإعلام والاتصال الجديدة بقبول أوسع وأسرع لدى الناس، والعكس صحيح، فبقدر ما يكون الموروث المحلي أعمق في ثقافة المجتمع الإنساني، تواجه قنوات الإعلام والاتصال الجديدة صعوبات في مدى ودرجة قبول الناس لها، وتحتاج إلى مدة أطول لتتمكن من ترسيخ قيم اتصال جديدة. يضاف إلى ذلك، الآثار المتوقعة لمدى إتاحة الأطباق الفضائية في كل منطقة، حيث تكثر هذه الأطباق ويتيسر استخدامها في المدن الأكثر رفاهية، وهو الأمر الذي تمت الإشارة إليه سابقاً.

جدول رقم (1-12) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المناطق

المنطقة / درجة الاطلاع	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	318	50.5	341	54.1	375	59.5	324	51.4	303	48.1	1661	52.7
أحياناً	185	29.4	159	25.2	167	26.5	154	24.4	187	29.7	852	27.0
قليل جداً	70	11.1	66	10.5	51	8.1	61	9.7	64	10.2	312	9.9
أبداً	54	8.6	62	9.8	34	5.4	90	14.3	76	12.1	316	10.0
غير مبين	3	0.5	2	0.3	3	0.5	1	0.2	-	-	9	0.3
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 48,396 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (1-12) مشاهدة قنوات فضائية أخرى حسب المناطق



الخلاصة:

تشير النتائج هنا إلى أن أفراد العينة بشكل عام وبصرف النظر عن مجموعة الخصائص التي تم تناولها يشاهدون القنوات الفضائية غير السعودية «دائماً» بنسبة بلغت 52.7٪، مسجلين بذلك فرقاً كبيراً جداً مع الذين يشاهدون تلك القنوات «أحياناً»، حيث بلغت نسبتهم 27.0٪ ، كما لم تتجاوز نسبة الذين يشاهدون تلك القنوات «قليل جداً» 9.9٪، وذلك بنسبة مقاربة للذين لا يشاهدون تلك القنوات «أبداً» حيث بلغت نسبتهم 10.0٪. ويعود ذلك إلى جملة من الأسباب، من أبرزها: الطبيعة الاتصالية للمجتمع السعودي، ومن جهة أخرى، فقد اتضح أن عدداً من الخصائص الخاصة بكل فئة قد تتدخل لتؤثر في عملية المشاهدة. ويتقدم خصائص العينة في هذا المجال كل من الجنس والمهنة والمناطق، حيث اتضح أنها الخصائص الأكثر أهمية في التأثير على مدى المشاهدة. فالذكور كانوا أكثر مشاهدة للقنوات الفضائية غير السعودية من الإناث خصوصاً من يشاهدونها «دائماً»، كما أن أصحاب المهن الوظيفية هم الأكثر مشاهدة لتلك القنوات، كنتيجة طبيعية للبيئة الاتصالية الأكثر ثراء في مقابل مجتمع الطلاب أو ربات المنازل الذين انخفضت نسبة المشاهدة لديهم، وإن كان الانخفاض نسبيا. كذلك، تقدمت كل من المنطقة الشرقية والمنطقة الغربية على المناطق الأخرى في عملية المشاهدة، حيث يمكن أن يعود ذلك إلى جملة من الأسباب التي تم ذكرها، والتي من أهمها طبيعة البيئة الاتصالية والثقافية في كل منطقة في مقابل المناطق الأخرى.

وبذلك يمكن الوصول إلى نتيجة في هذا الجانب من الدراسة، وهي: أن قنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية تحظى بساعات مشاهدة عالية لدى أفراد العينة عموما، ولكن بشكل أوضح لدى الموظفين منهم، ولدى سكان كل من المنطقتين الشرقية والغربية.

كما تشير هذه النتائج إلى خلاصة مهمة ترتبط بأن كثيراً من مصادر التأثير الثقافي الاجتماعي إنما هي في يد الإعلام الوافد الذي يحظى بنسبة مشاهدة عالية لدى جميع فئات الجمهور، وبخاصة من هم أصغر سناً، وهو الأمر الذي سيتطلب بذل مزيد من الجهد لرفع قدرة المجتمع على امتلاك مصادر التأثير في أبنائه بشكل أفضل.

البرامج والقنوات المفضلة واستخدام الإنترنت

الفصل الأول

مشاهدة البرامج المفضلة

الفصل الثاني

القنوات المفضلة

الفصل الثالث

استخدام الإنترنت

الفصل الأول

مشاهدة البرامج المفضلة

(متابعة المضامين البرامجية في وسائل الإعلام)

أولاً: مشاهدة البرامج الدينية

تمهيد

مشاهدة البرامج الدينية حسب الجنس

مشاهدة البرامج الدينية حسب العمر

مشاهدة البرامج الدينية حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة البرامج الدينية حسب المهنة

مشاهدة البرامج الدينية حسب المستوى التعليمي

مشاهدة البرامج الدينية حسب المناطق

الخلاصة

ثانياً: مشاهدة البرامج الرياضية

تمهيد

مشاهدة البرامج الرياضية حسب الجنس

مشاهدة البرامج الرياضية حسب العمر

مشاهدة البرامج الرياضية حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة البرامج الرياضية حسب المهنة

مشاهدة البرامج الرياضية حسب المستوى التعليمي

مشاهدة البرامج الرياضية حسب المناطق

الخلاصة

ثالثاً: مشاهدة نشرات الأخبار

تمهيد

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الجنس

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب العمر

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المهنة

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المستوى التعليمي

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المناطق

الخلاصة

رابعاً: مشاهدة برامج الأسرة والطفل

تمهيد

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الجنس

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب العمر

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المهنة

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المستوى التعليمي

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المناطق

الخلاصة

خامساً: مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية)

تمهيد

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الجنس

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب العمر

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المهنة

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المستوى التعليمي

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المناطق

الخلاصة

سادساً: مشاهدة البرامج الثقافية

تمهيد

مشاهدة البرامج الثقافية حسب الجنس

مشاهدة البرامج الثقافية حسب العمر

مشاهدة البرامج الثقافية حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة البرامج الثقافية حسب المهنة

مشاهدة البرامج الثقافية حسب المستوى التعليمي

مشاهدة البرامج الثقافية حسب المناطق

الخلاصة

سابعاً: مشاهدة البرامج الاقتصادية

تمهيد

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الجنس

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب العمر

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المهنة

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المستوى التعليمي

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المناطق

الخلاصة

ثامناً: مشاهدة برامج أخرى

تمهيد

مشاهدة برامج أخرى حسب الجنس

مشاهدة برامج أخرى حسب العمر

مشاهدة برامج أخرى حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة برامج أخرى حسب المهنة

مشاهدة برامج أخرى حسب المستوى التعليمي

مشاهدة برامج أخرى حسب المناطق

الخلاصة

تاسعاً: المستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية

تمهيد

وصف للمستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية

الخلاصة

مشاهدة البرامج المفضلة

(متابعة المضامين البرامجية في وسائل الإعلام)

تمهيد:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة أفراد العينة للمضامين البرامجية المختلفة في وسائل الإعلام في ضوء سمات العينة وخصائصها. حيث سيفيد ذلك كثيراً في تحديد الأسلوب الأمثل للتعامل مع الشباب مستقبلاً في المجتمع السعودي، ويقدم هذا الفصل عرضا لنتائج الدراسة المتعلقة بمتابعة أفراد العينة لهذه البرامج، وفق الترتيب التالي:

أولاً: البرامج الدينية.

ثانيـــاً: البرامج الرياضية.

ثالثـــاً: برامج نشرات الأخبار.

رابعـــاً: برامج الأسرة والطفل.

خامساً: البرامج الحوارية (السياسية).

سادساً: البرامج الثقافية.

سابعـاً: البرامج الاقتصادية.

ثامنـــاً: البرامج الأخرى.

تاسعـاً: المستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية.

عبر التعرف على التأثيرات المتوقعة لهذه البرامج على الشباب ومساهمة ذلك في تكوينهم العقلي والثقافي ومدى ما يعكسه من تأثير على مواقفهم عموماً، حيث يساعد هذا الفصل على معرفة الفئات البرامجية الأكثر جذباً للشباب.

أولاً: مشاهدة البرامج الدينية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم للبرامج الدينية، وفيما إذا كانت إجابة أفراد العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-1 إلى 2-6) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة البرامج الدينية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-1) أن نسبة من يشاهدون البرامج الدينية من الذكور «أشاهدها» تبلغ 31.7٪ بفارق كبير جداً لصالح الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 43.3٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 47.4٪، في حين بلغت لدى الإناث 38.8٪. أما الذين قالوا «أشاهدها نادراً» من الذكور فبلغت نسبتهم 15.0٪ في مقابل 13.0٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لاأشاهدها» 5.1٪ للذكور في مقابل 4.5٪ للإناث.

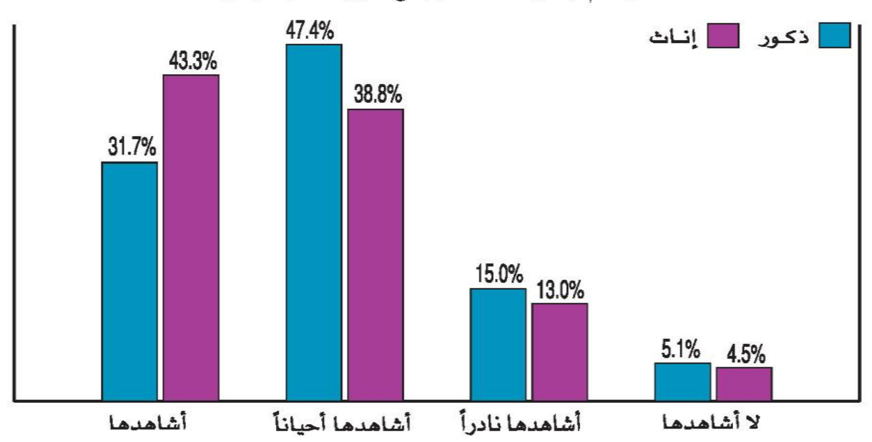
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة البرامج الدينية؛ حيث تتقدم الإناث في حال «أشاهدها»، في حين يتقدم الذكور في حال «أشاهدها أحياناً». وفي حال النظر إلى جميع حالات الاطلاع؛ تتقدم الإناث على الذكور بشكل عام. ويدل ذلك على أن البرامج الدينية تعد من البرامج الإعلامية التي تحظى بجماهيرية عالية لدى مختلف فئات الشباب في المجتمع السعودي، غير أنه ولأسباب ربما تتعلق بمحدودية وسائل الاتصال لدى الإناث في مقابل الذكور، ودور المرأة التربوي الأكبر داخل الأسرة وبخاصة المرأة الأم في المجتمع السعودي كنتيجة طبيعية لبقائها مدة أطول في المنزل، إضافة إلى البيئة الثقافية النسوية التي تبدو أكثر التصاقا بالموروث المحافظ في المجتمع من الذكور كما تشير بعض الدراسات الاجتماعية، فقد أدى ذلك إلى ارتفاع نسبة الإناث اللاتي يشاهدن البرامج الدينية «أشاهدها» في مقابل الذكور. غير أن ارتفاع نسبة الذكور الذين يشاهدون البرامج الدينية «أحياناً» يعيد معادلة الاهتمام المجتمعي العام بمشاهدة تلك البرامج. وتؤكد هذه النتائج أن استخدام الأبعاد الدينية في تقويم فقر المجتمع وسلوكه والتعامل مع مشكلاته، يعد أسلوباً فعالاً ومفيداً ويمكن أن يحقق نمواً كبيراً.

جدول رقم (2-1) مشاهدة البرامج الدينية حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	500	31.7	682	43.3	1182	37.5
أشاهدها أحياناً	746	47.4	611	38.8	1357	43.1
أشاهدها نادراً	236	15.0	204	13.0	440	14.0
لا أشاهدها	80	5.1	71	4.5	151	4.8
غير مبين	13	0.8	7	0.4	20	0.6
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 44,909 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-1) مشاهدة البرامج الدينية حسب الجنس



مشاهدة البرامج الدينية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-2) زيادة نسبة الذين يشاهدون البرامج الدينية «أشاهدها» ممن تقع أعمارهم بين 25-29 سنة 45.4٪ بفارق واضح مع الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج ممن أعمارهم بين 20-24سنة 36.1٪، مسجلة هذه الفئة فارقاً بسيطاً بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19سنة، الذين بلغت نسبتهم 31.0٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأكبر 44.1٪، مسجلة فرقاً طفيفاً مع الفئة العمرية الوسطى 43.1٪، وفرقاً طفيفاً أيضا مع الفئة العمرية الأصغر 42.0٪. وقد انعكست هذه النتائج على فئة «أشاهدها نادراً» أو الذين لايتابعون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئة العمرية الأصغر في حين تقل النسبة لدى الفئة العمرية الأكبر.

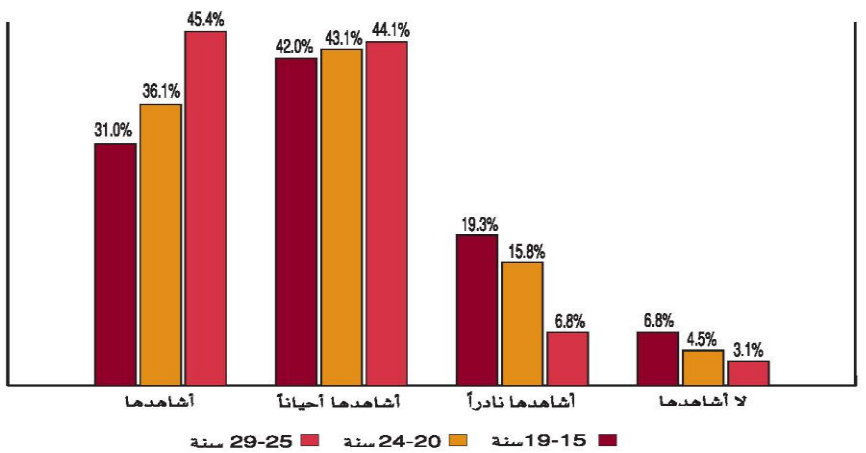
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً في متابعة البرامج الدينية، حيث يبدو أن هناك اتساقاً في النتائج، بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر وتليها الوسطى ثم الأصغر في عملية متابعة تلك البرامج. ولعل ذلك أمر طبيعي لارتباط محتوى البرامج الدينية عادة بمجموعة من الموجهات المجتمعية في مجالي الاتجاهات والسلوكيات؛ سواء للأفراد أم للمؤسسات أم للعلاقة بينهما. وقد يضاف إلى ذلك أن الفئات العمرية الأصغر سوف تتجه غالباً للبرامج الأكثر ترفيها وتسلية، وسوف يتضح ذلك لاحقاً من هذا الفصل عند الحديث عن متابعة أفراد العينة للبرامج الرياضية مثلاً. غير أن هذه النتائج تؤكد من جديد أهمية البعد الديني عند التعامل مع الشباب، وبخاصة الأكبر سناً، الذين من بينهم الموظفون والآباء والأمهات، مما يعني دور الأبعاد الدينية المتقدم في حياة الشباب.

جدول رقم (2-2) مشاهدة البرامج الدينية حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	19-15 سنة		24-20 سنة		29-25 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أشاهدها	326	31.0	379	36.1	477	45.4	1182	37.5
أشاهدها أحياناً	441	42.0	453	43.1	463	44.1	1357	43.1
أشاهدها نادراً	203	19.3	166	15.8	71	6.8	440	14.0
لا أشاهدها	71	6.8	47	4.5	33	3.1	151	4.8
غير مبين	9	0.9	5	0.5	6	0.6	20	0.6
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 116,709 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (2-2) مشاهدة البرامج الدينية حسب العمر



مشاهدة البرامج الدينية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-3) زيادة في نسبة الذين يشاهدون البرامج الدينية «أشاهدها» من المتزوجين؛ حيث بلغت نسبتهم 47.7٪ بفارق كبير في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 33.8٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فتتقارب نسبتهم لتبلغ 42.4٪ للمتزوجين، و43.2٪ لغير المتزوجين. بينما اختلفت هذه النتائج مع فئة «من يشاهدونها نادراً» أو الذين لا يتابعون تلك البرامج «لا أشاهدها»، حيث تصل نسبة الذين قالوا «أشاهدها نادراً» من المتزوجين 6.8٪ في مقابل 16.7٪ من غير المتزوجين. أما الذين لايتابعون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 2.9٪ بفارق طفيف مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 5.5٪.

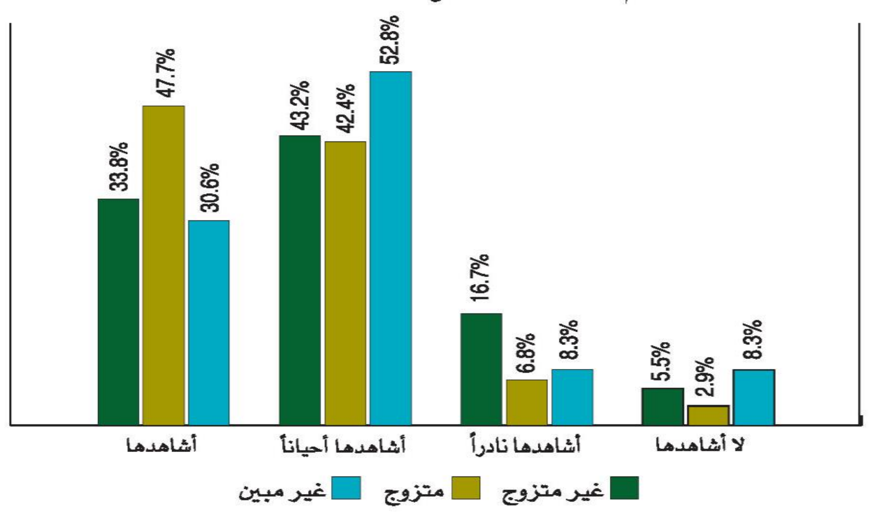
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً بالنسبة لمتابعة أفراد العينة للبرامج الدينية، حيث يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين في متابعة تلك البرامج. وتعد هذه النتيجة مهمة لاعتبارات عدة؛ من بينها: أن متغير الحالة الاجتماعية قد يكون مهماً لذاته، بمعنى: أن المتزوجين قد يكونون فعلا أكثر متابعة للبرامج الدينية، وذلك لأن المتزوجين هم الأكبر سناً. وقد اتضح من خلال عرض نتائج الجدول السابق: أن الفئة العمرية الأكبر سناً هي الفئة التي تتابع تلك البرامج بشكل أكبر. وتدل النتائج بوضوح على أن المتزوجين من أفراد العينة يعدون أكثر متابعة للبرامج الدينية من غير المتزوجين، وبخاصة عند الفئة التي دائماً ما تتابع تلك البرامج.

جدول رقم (2-3) مشاهدة البرامج الدينية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	769	33.8	402	47.7	11	30.6	1182	37.5
أشاهدها أحياناً	981	43.2	357	42.4	19	52.8	1357	43.1
أشاهدها نادراً	380	16.7	57	6.8	3	8.3	440	14.0
لا أشاهدها	124	5.5	24	2.9	3	8.3	151	4.8
غير مبين	18	0.8	2	0.2	-	-	20	0.6
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 91,307 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-3) مشاهدة البرامج الدينية حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة البرامج الدينية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-4) تقدم ربات المنازل عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في مشاهدة البرامج الدينية في حال المتابعة «أشاهدها»، فقد بلغت نسبتهن 52.6٪، ويليهنّ الموظفون المدنيون بنسبة 48.5٪، يليهم بفارق كبير الموظفون العسكريون بنسبة 39.6٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 36.0٪، والطلاب بنسبة 33.3٪. وأخيراً، الذين لا يعملون بنسبة 33.2٪. أما في حالة المتابعة «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبة الموظفين العسكريين 51.6٪، يليهم الذين لا يعملون بنسبة 47.6٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 45.2٪، فالموظفون المدنيون بنسبة 44.0٪، والطلاب بنسبة 42.6٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 35.0٪. وتراوحت نسبة الذين اختاروا «أشاهدها نادراً» بين 4.9٪ للموظفين المدنيين و 17.9٪ للطلاب. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لايشاهدون البرامج الدينية «لاأشاهدها» لتصل إلى ما بين 2.2٪ للموظفين المدنيين و7.7٪ للذين لايعملون.

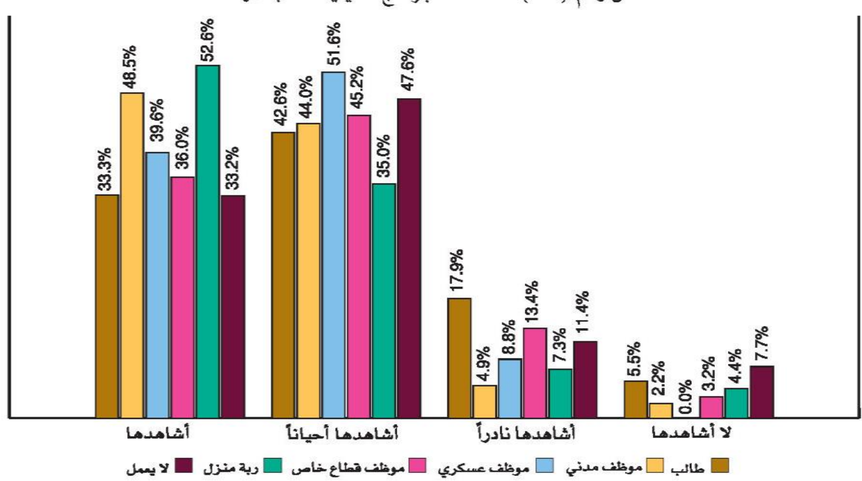
ويشير الجدول إجمالاً إلى ما تقدم من تفسير للنتائج المتعلقة بجنس أفراد العينة، حيث تقدمت الإناث على الذكور. وتشير النتائج هنا إلى أن ربات المنازل هن أكثر الفئات متابعة للبرامج الدينية. كما يمكن فهم تقدم ربات البيوت في هذه النتيجة، بالنظر لمحدودية وسائل الاتصال المتاحة أمام المرأة في المجتمع السعودي بشكل عام في مقابل الرجل، إضافة إلى الدور التربوي الأكبر داخل الأسرة الذي تحتله المرأة كنتيجة تلقائية لبقائها مدة أطول داخل المنزل، وغير ذلك. وبعد ربات المنازل يأتي الموظفون، سواء منهم المدنيون أم العسكريون أم موظفو القطاع الخاص. ويشير ذلك إلى أن الفئة العمرية ذات المسؤوليات المجتمعية سواء بحكم سنها، كما سبق، أم بحكم مهنتها كما هي الحال هنا؛ تعد هي الفئة الأكثر متابعة للبرامج الدينية، وفي ذلك إشارة واضحة إلى أهمية المادة الدينية في حياة الشباب الأكبر سناً والأكثر مسئولية.

جدول رقم (2-4) مشاهدة البرامج الدينية حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	621	33.3	265	48.5	36	39.6	67	36.0	72	52.6	90	33.2	29	54.7	1180	37.5
أشاهدها أحياناً	795	42.6	240	44.0	47	51.6	84	45.2	48	35.0	129	47.6	9	17.0	1352	42.9
أشاهدها نادراً	334	17.9	27	4.9	8	8.8	25	13.4	10	7.3	31	11.4	10	18.9	445	14.1
لا أشاهدها	102	5.5	12	2.2	-	-	6	3.2	6	4.4	21	7.7	5	9.4	152	4.8
غير مبين	14	0.8	2	0.4	-	-	4	2.2	1	0.7	-	-	-	-	21	0.7
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 146,180 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (2-4) مشاهدة البرامج الدينية حسب المهنة



مشاهدة البرامج الدينية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-5) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الدينية «أشاهدها» من حملة البكالوريوس والدراسات العليا تبلغ 48.4٪، يليهم بفارق واضح أصحاب المؤهل الثانوي 37.8٪، والابتدائية 33.0٪، والمتوسطة 31.0٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فتبلغ نسبتهم لدى الحاصلين على شهادة متوسطة 44.0٪ يليهم الثانوية العامة 43.8٪، ثم البكالوريوس والدراسات العليا 42.2٪، وأخيراً المرحلة الابتدائية 35.6٪. وتراوحت نسبة الذين يشاهدون البرامج الدينية «أشاهدها نادراً» بين 7.0٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا و 18.2٪ للابتدائية. أما الذين اختاروا «لاأشاهدها»؛ فتدنت نسبهم لتنحصر بين 2.1٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا و 11.4٪ لحملة الابتدائية.

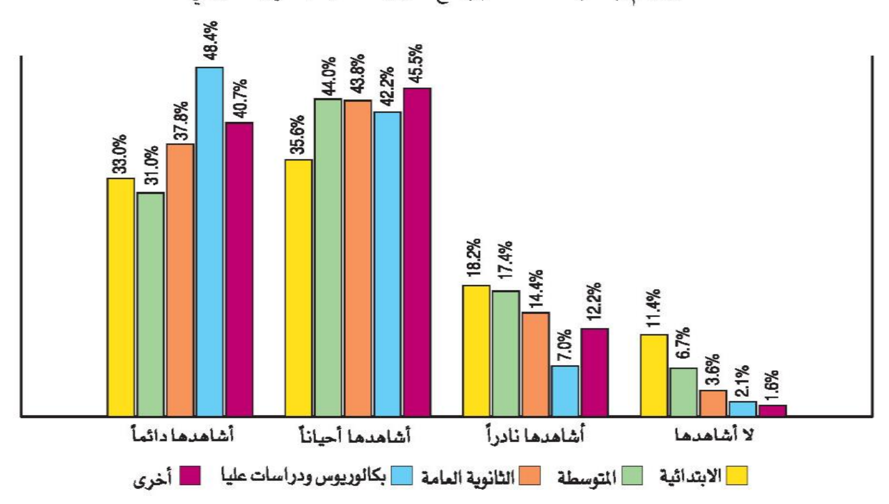
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن أصحاب التأهيل الأعلى هم الذين يتابعون أكثر البرامج الدينية، حيث يتقدم حملة البكالوريوس والدراسات العليا، ثم المستويات التعليمية الأقل. وتتفق هذه النتيجة بشكل واضح مع النتائج السابقة المتعلقة بعمر أفراد العينة، من جانب، وتؤكد من جانب آخر أن البرامج الدينية تحتل مكانة أعلى لدى من هم أكثر تحصيلاً علمياً، مما يشير إلى أهمية هذه المضامين بالنسبة لقادة الرأي عموما، والمفكرين، والمؤهلين بشكل عام في المجتمع. وقد يفسر ذلك، من باب آخر، بأن الاتجاه العام لسياسة التعليم في المملكة والقائمة على إعطاء مساحات زمنية وموضوعية كبيرة للتعليم الديني، قد جعلت من هذه البرامج أمراً حتمياً، أو احتياجاً طبيعياً، أو جزءاً من الثقافة العامة للناس، وبشكل أخص لمن قضى في رحلة التعليم في المجتمع مدة أطول. لكن هذه النتائج تؤكد من جديد أهمية الأبعاد الدينية في حياة الشباب.

جدول رقم (2-5) مشاهدة البرامج الدينية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اشاهدها	87	33.0	315	31.0	413	37.8	296	48.4	50	40.7	19	44.2	1180	37.5
اشاهدها أحياناً	94	35.6	447	44.0	478	43.8	258	42.2	56	45.5	19	44.2	1352	42.9
اشاهدها نادراً	48	18.2	177	17.4	157	14.4	43	7.0	15	12.2	5	11.6	445	14.1
لا اشاهدها	30	11.4	68	6.7	39	3.6	13	2.1	2	1.6	-	-	152	4.8
غير مبين	5	1.9	9	0.9	5	0.5	2	0.3	-	-	-	-	21	0.7
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 128,192 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-5) مشاهدة البرامج الدينية حسب المستوى التعليمي



مشاهدة البرامج الدينية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-6) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الدينية «أشاهدها» في المنطقة الجنوبية تبلغ 42.5٪، يليهم المنطقة الشمالية بنسبة 41.0٪، ثم الغربية بنسبة 35.7٪، فالمنطقة الوسطى بنسبة 34.3٪، وأخيراً المنطقة الشرقية بنسبة 34.1٪. ويتضح من ذلك وجود فرق واضح بين المنطقتين الشرقية والجنوبية، وبسيط بين الشرقية وكل من الغربية والوسطى. وبالنسبة للذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»، فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الوسطى 45.4٪، يليهم المنطقة الجنوبية بنسبة 44.1٪، ثم الشمالية بنسبة 43.8٪، والغربية بنسبة 42.9 ، وأخيراً المنطقة الشرقية بنسبة 39.2٪.

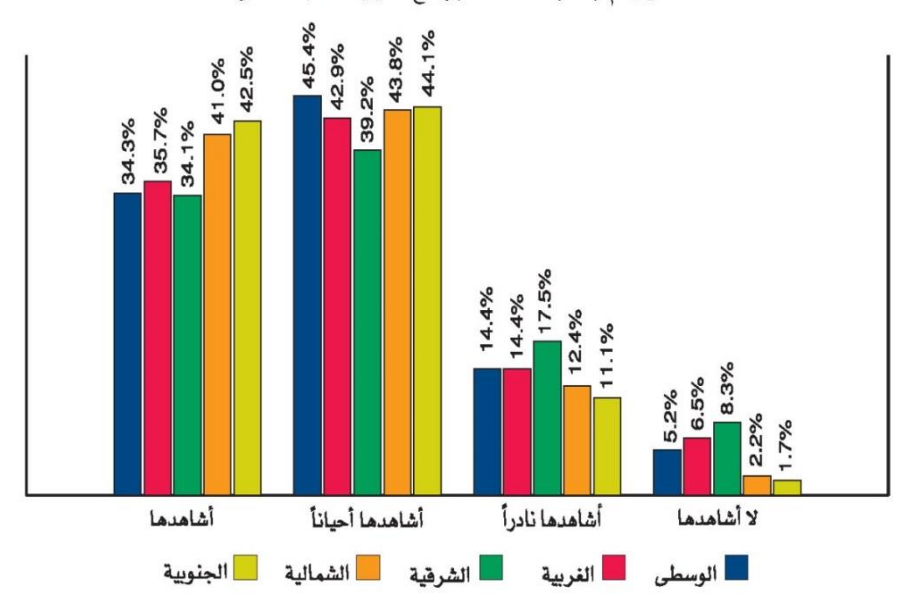
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة تلك البرامج، حيث تتقدم المنطقة الجنوبية ثم المنطقة الشمالية على المناطق الأخرى في المداومة على مشاهدة البرامج الدينية. بينما كانت المنطقة الشرقية من أقل المناطق مشاهدة للبرامج الدينية، ويمكن تفسير ذلك من خلال فهم طبيعة كل منطقة كما سبق القول في أكثر من مقام. فالمنطقة الجنوبية ومثلها المنطقة الشمالية تبدوان في معظم نتائج الدراسة أكثر التصاقا بالموروث المحلي من بقية المناطق. وهو الأمر الذي أشارت إليه من جانب آخر مجموعة من الدراسات المتخصصة في الشأن الاجتماعي في المملكة. وباعتبار أن المحتوى الديني يعد أقوى مضامين الموروث المجتمعي، فقد ساغ أن تتقدم هاتان المنطقتان على غيرهما، كما ساغ أيضاً أن تتأخر المنطقة الشرقية في متابعتها لتلك البرامج، ليس لضعف الانتماء الديني هناك بالتأكيد؛ ولكن، كما يبدو، لتعدد البدائل والخيارات من جانب، ولتقادم الثقافة الاتصالية ذات الأولويات المختلفة من جانب آخر في المنطقة الشرقية، كما أن التعددية المذهبية قد يكون لها أثر في ذلك.

جدول رقم (2-6) مشاهدة البرامج الدينية حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	216	34.3	225	35.7	215	34.1	258	41.0	268	42.5	1182	37.5
أشاهدها أحياناً	286	45.4	270	42.9	247	39.2	276	43.8	278	44.1	1357	43.1
أشاهدها نادراً	91	14.4	91	14.4	110	17.5	78	12.4	70	11.1	440	14.0
لا أشاهدها	33	5.2	41	6.5	52	8.3	14	2.2	11	1.7	151	4.8
غير مبين	4	0.6	3	0.5	6	1.0	4	0.6	3	0.5	20	0.6
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 63,343 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-6) مشاهدة البرامج الدينية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح من النتائج أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يشاهدون البرامج الدينية «أشاهدها أحياناً» بنسبة بلغت 43.1٪، مسجلة بذلك فرقاً واضحاً مع الذين يتابعون تلك البرامج الدينية «أشاهدها»، حيث بلغت نسبتهم 37.5٪، أما الذين اختاروا «أشاهدها نادراً» بلغت نسبتهم 14.0٪. أما الذين لايشاهدون تلك البرامج «لاأشاهدها» فقد انخفضت نسبتهم لتصل إلى 4.8٪.

وعند استقراء هذه النتائج بالنسبة لخصائص أفراد العينة، يتضح أن جميع الخصائص تعد ذات أهمية واضحة في التأثير على متابعة أفراد العينة لتلك البرامج. فالإناث أكثر متابعة للبرامج الدينية من الذكور، وكذلك الأكبر سناً، والأعلى تأهيلا هم الذين يتابعون البرامج الدينية بشكل أكثر ممن هم دونهم. كما ظهر أن ربات المنازل هن الأكثر متابعة لتلك البرامج، يليهن الموظفون بمختلف فئاتهم. وفي الإطار نفسه، اتضح أن المتزوجين أكثر متابعة لتلك البرامج من غير المتزوجين. وعند فحص النتائج المتعلقة بالمناطق، ظهر أن سكان كل من المنطقة الجنوبية والشمالية يبدون أكثر متابعة لتلك البرامج من سكان المناطق الأخرى، لتأتي المنطقتان الشرقية والغربية في المؤخرة من حيث متابعة تلك البرامج.

ومن ذلك، يبدو أن البرامج الدينية تحظى بمكانة عالية لدى أفراد العينة، ويفسر ذلك أموراً عديدة، من بينها: الثقافة الدينية المترسخة في المجتمع، والمكانة العالية للشأن الديني في سياسة التعليم في المملكة، ومن أهم تلك الأمور كون المجتمع السعودي يقوم أساساً على منطلقات الدين الإسلامي وأسسه في التشريع والقضاء وكثير من الأمور التنفيذية الأخرى.

ولذا، فمن أهم الخلاصات التي يمكن الوصول إليها، ضرورة مراعاة الأبعاد الدينية في حياة الشباب عند إعداد البرامج المتعددة الموجهة لهم.

ثانياً: مشاهدة البرامج الرياضية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم للبرامج الرياضية، وفيما إذا كانت إجابة العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-7 إلى 2-12) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة البرامج الرياضية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-7) أن نسبة من يشاهد البرامج الرياضية بشكل «دائم» من الذكور «أشاهدها» تبلغ 45.7٪ بفارق كبير جداً مقارنة بالإناث اللاتي بلغت نسبتهن 10.0٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 24.8٪ في حين بلغت لدى الإناث 17.0٪. أما الذين اختاروا «أشاهدها نادراً» من الذكور فبلغت نسبتهم 14.8٪ في مقابل 23.2٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» 14.0٪ للذكور بفارق كبير جداً للإناث 48.6٪.

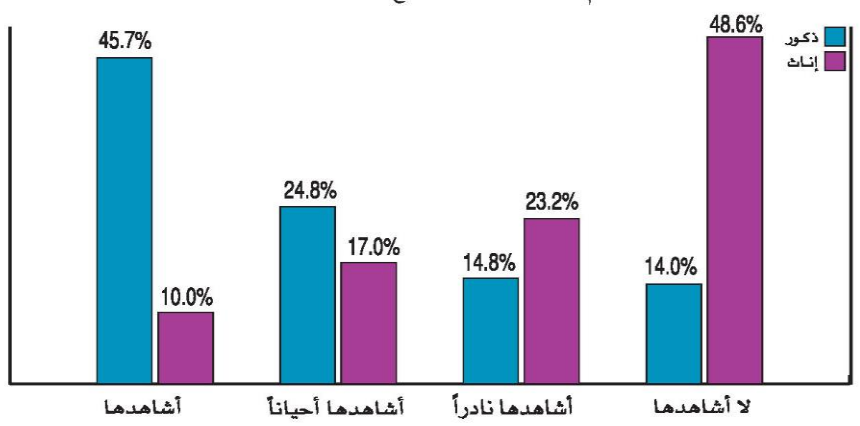
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في مدى مشاهدة البرامج الرياضية؛ حيث يتقدم الذكور على الإناث. ويعود ذلك لأسباب عديدة، يأتي في مقدمتها: أن الرياضة لا تعد في المجتمع السعودي من هوايات الإناث، حيث تخلو مدارس البنات ومراكزهن الثقافية من ممارسة الأنشطة الرياضية. وقد يستثنى من ذلك العدد المحدود جداً من النوادي الرياضية التي تفتح أبوابها للنساء في أوقات محددة، أو بعض المدارس ولكنها أيضا لا تتيح كل المجالات الرياضية الممكنة أمام المرأة كما هو الحال بالنسبة للذكور. ومن المتوقع أن تكون إجابات الذكور على هذا السؤال قد استندت بشكل كبير على رياضة كرة القدم في المقام الأول، وهي الرياضة التي تحظى بشعبية عالية وجماهيرية كبيرة، لكن حظ النساء منها قليل جداً. في الوقت نفسه قد تكون إجابات النساء على سؤال الرياضة، قد انطلق من رياضات أخرى غير كرة القدم، قد يأتي في مقدمتها ألعاب التمارين الرياضية. وعلى أية حال، فإن النتائج تؤكد بشكل قاطع أن متابعة البرامج الرياضية تعد شأناً ذكوريا في المجتمع السعودي. وتتيح هذه الأنواع من البرامج أمام الشباب فرصة واسعة للتفاعل الاجتماعي، حيث تعد مجالاً رحباً للتفاعل الجماعي مع الأحداث الرياضية، وبذلك تبرز أهمية مثل هذه المجالات في برامج توجه الشباب وبخاصة الذكور منهم.

جدول رقم (2-7) مشاهدة البرامج الرياضية حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	720	45.7	157	10.0	877	27.8
أشاهدها أحياناً	390	24.8	268	17.0	658	20.9
أشاهدها نادراً	233	14.8	365	23.2	598	19.0
لا أشاهدها	220	14.0	766	48.6	986	31.3
غير مبين	12	0.8	19	1.2	31	1.0
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 711,599 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-7) مشاهدة البرامج الرياضية حسب الجنس



مشاهدة البرامج الرياضية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-8) أن نسبة الذين يتابعون البرامج الرياضية «أشاهدها» ممن تقع أعمارهم بين 15-19سنة؛ بلغت 29.0٪ وبفارق طفيف مع الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج ممن أعمارهم بين 20-24 سنة 27.7٪ وممن تقع أعمارهم بين 25-29سنة نسبة 26.9٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأصغر 20.9٪ مسجلة فارقاً طفيفاً عن الفئة العمرية الوسطى التي بلغت نسبتها 21.4٪، وفارقاً طفيفاً أيضا عن الفئة العمرية الأكبر التي بلغت نسبتها 20.4٪. أما الذين لا يتابعون تلك البرامج «لا أشاهدها»، فقد ارتفعت نسبتهم لتصل إلى 30.1٪ للفئة العمرية الأصغر، ونسبة 31.1٪ للفئة العمرية المتوسطة، و 32.7٪ للفئة العمرية الأكبر.

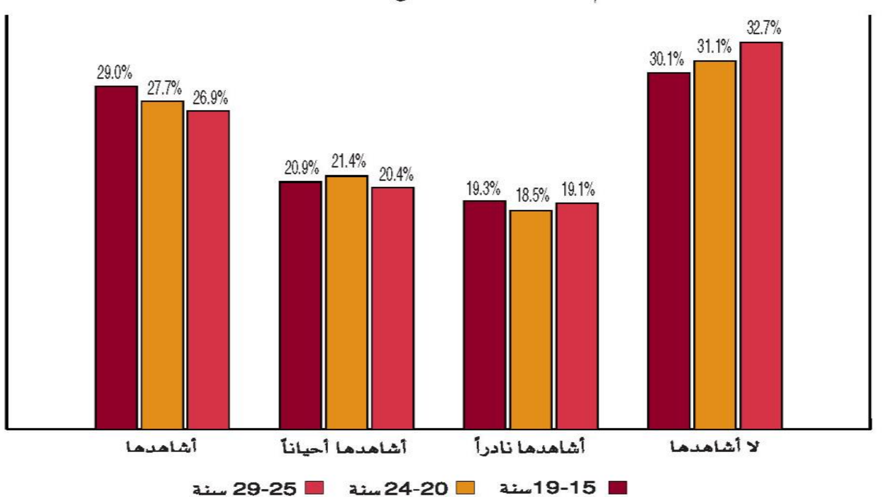
ويشير الجدول إجمالاً إلى تقدم طفيف للفئة العمرية الأصغر سناً، يليها الفئة العمرية المتوسطة، ثم الأكبر، في مدى متابعة البرامج الرياضية. وفي هذه النتيجة دلالة على أنه باعتبار أن الشأن الرياضي شأن شبابي، فإن فئات المجتمع الأصغر سناً ستكون هي الأكثر متابعة لهذه البرامج. غير أنه لاعتبارات تتعلق بكون الفئات العمرية لأفراد العينة كلها تعد من فئة الشباب، فقد جاءت الفوارق بين أفراد العينة فوارق طفيفة جداً لدرجة يمكن القول معها بأن متغير العمر لا يمكن الاستناد إليه باعتباره متغيراً ذا أهمية كبيرة بالنسبة لمتابعة أفراد العينة للبرامج الرياضية. وهو الأمر الذي تشير إليه قيمة مربع كاي.

جدول رقم (2-8) مشاهدة البرامج الرياضية حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أشاهدها	304	29.0	291	27.7	282	26.9	877	27.8
أشاهدها أحياناً	219	20.9	225	21.4	214	20.4	658	20.9
أشاهدها نادراً	203	19.3	194	18.5	201	19.1	598	19.0
لا أشاهدها	316	30.1	327	31.1	343	32.7	986	31.3
غير مبين	8	0.8	13	1.2	10	1.0	31	1.0
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 3,356 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (2-8) مشاهدة البرامج الرياضية حسب العمر



مشاهدة البرامج الرياضية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-9) أن نسبة الذين يتابعون البرامج الرياضية واختاروا «أشاهدها» من غير المتزوجين بلغت 29.8٪ بفارقٍ واضح مقارنة بالمتزوجين الذين بلغت نسبتهم 22.3٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فبلغت نسبتهم لغير المتزوجين 22.0٪، في مقابل 18.1٪ للمتزوجين. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 39.2٪ بفارق كبير جداً مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 28.5٪.

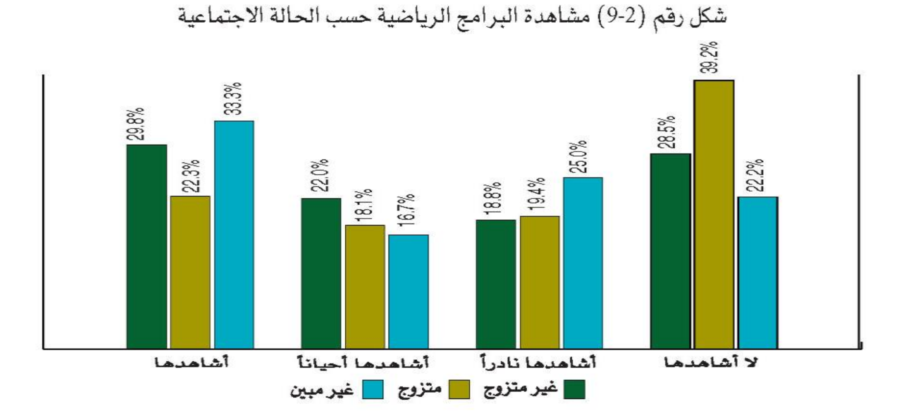
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً لمدى متابعة أفراد العينة البرامج الرياضية، حيث يتقدم غير المتزوجين على المتزوجين. وقد يكون لذلك علاقة بمتغير العمر الذي سبقت الإشارة إليه، حيث يعد غير المتزوجين من الفئات العمرية الأصغر، وبالتالي الأكثر متابعة لتلك البرامج الرياضية. يضاف إلى ذلك حقيقة أن متابعة البرامج الرياضية، وبخاصة المباريات والبرامج الرياضية المطولة، تعد سلوكاً شبابياً يتفق وأحوال غير المتزوجين أكثر من المتزوجين، الذين ينشغلون بالشؤون العائلية والأسرية، فتختلف الأولويات لديهم، مما ينعكس على متابعتهم للبرامج الرياضية في مقابل أقرانهم من غير المتزوجين. وعلى أية حال، فإن الخلاصة المهمة هنا هي: أن غير المتزوجين يتابعون البرامج الرياضية بشكل يفوق المتزوجين.

جدول رقم (2-9) مشاهدة البرامج الرياضية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	677	29.8	188	22.3	12	33.3	877	27.8
أشاهدها أحياناً	500	22.0	152	18.1	6	16.7	658	20.9
أشاهدها نادراً	426	18.8	163	19.4	9	25.0	598	19.0
لا أشاهدها	648	28.5	330	39.2	8	22.2	986	31.3
غير مبين	21	0.9	9	1.1	1	2.8	31	1.0
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 46,681 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-9) مشاهدة البرامج الرياضية حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة البرامج الرياضية حسب المهنة

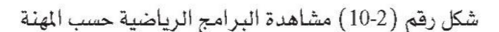
يوضح الجدول رقم (2-10) أن الموظفين العسكريين يتقدمون بشكل كبير على بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في متابعة البرامج الرياضية في حال «أشاهدها»، فقد بلغت نسبتهم 52.7٪، يليهم موظفو القطاع الخاص بنسبة 30.1٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 29.3٪، ثم الطلاب بنسبة 28.0٪، والذين لا يعملون بنسبة 24.4٪. وأخيراً ربات المنازل بنسبة 6.6٪. أما في حال «أشاهدها أحياناً»، فقد بلغت نسبة الموظفين العسكريين 34.1٪، يليهم موظفو القطاع الخاص بنسبة 23.1٪، ثم الطلاب بنسبة 21.9٪، والموظفون المدنيون بنسبة 19.2٪، والذين لا يعملون بنسبة 18.1٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 8.8٪. وتراوحت نسبة الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» بين 7.7٪ من الموظفين العسكريين و 22.6٪ لربات المنازل. كما بلغت نسبة الذين قالوا «لاأشاهدها» 59.1٪ لدى ربات المنازل، يليهنّ الذين لا يعملون بنسبة 37.6٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 32.7٪، والطلاب بنسبة 30.1٪، وموظفو القطاع الخاص بنسبة 23.1٪، وأخيراً الموظفون العسكريون بنسبة 4.4٪.

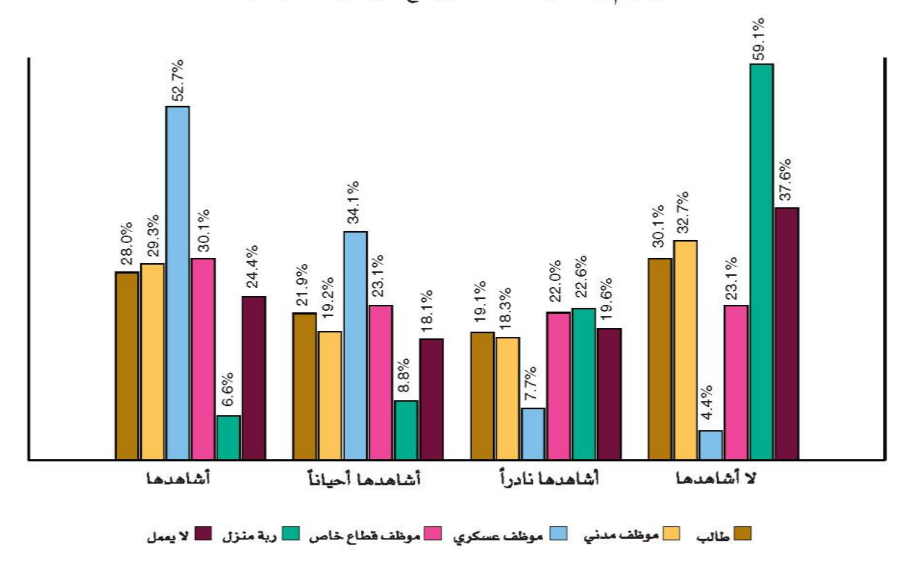
ويشير الجدول إجمالاً إلى التدني الكبير في نسبة ربات المنازل اللاتي يشاهدن البرامج الرياضية، ويؤكد ذلك ما سبقت الإشارة إليه من أن الرياضة تعد شأن ذكورياً في المجتمع السعودي، كما يعد تقدم الموظفين العسكريين أمراً طبيعياً لاعتبارات تتعلق ربما بكون العسكريين من أكثر الفئات المهنية مزاولة للألعاب الرياضية أثناء تدريباتهم العسكرية المستمرة، وهذا قد يكون ساهم في تشكيل ثقافة المتابعة لديهم أكثر من غيرهم. كما تأتي نتائج موظفي القطاع الخاص والموظفين المدنيين والطلاب بعد ذلك لتؤكد أن متابعة البرامج الرياضية شأن يشترك فيه الجميع، علما أن الفروق الطفيفة جداً بين مجموعة الموظفين والطلاب لا يمكن الاستناد إليها للخلوص إلى فروق ذات دلالة، مما يشير إلى التقارب النسبي الكبير بين هذه الفئات في متابعة البرامج الرياضية.

جدول رقم (2-10) مشاهدة البرامج الرياضية حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	522	28.0	160	29.3	48	52.7	56	30.1	9	6.6	66	24.4	17	32.1	878	27.9
أشاهدها أحياناً	409	21.9	105	19.2	31	34.1	43	23.1	12	8.8	49	18.1	10	18.9	659	20.9
أشاهدها نادراً	357	19.1	100	18.3	7	7.7	41	22.0	31	22.6	53	19.6	9	17.0	598	19.0
لا أشاهدها	561	30.1	177	32.7	4	4.4	43	23.1	81	59.1	102	37.6	16	30.2	984	31.2
غير مبين	17	0.9	4	0.7	1	1.1	3	1.6	4	2.9	1	0.4	1	1.9	31	1.0
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 145,066 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001


شكل رقم (2-10) مشاهدة البرامج الرياضية حسب المهنة



مشاهدة البرامج الرياضية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-11) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الرياضية «أشاهدها» من حملة الشهادة المتوسطة تبلغ 30.5٪، يليهم الثانوية العامة 28.6٪، ثم الابتدائية 26.1٪، والبكالوريوس والدراسات العليا 23.7٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الحاصلين على الثانوية العامة 21.7 ٪، و 21.4٪ لدى الحاصلين على المتوسطة، و 19.3٪ لحملة الشهادة الابتدائية، وأخيراً الحاصلون على البكالوريوس والدراسات العليا بنسبة 19.1٪. وتراوحت نسبة الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» ما بين 21.2٪ لحملة الشهادة الابتدائية، و 18.0٪ لحملة المتوسطة. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فبلغت نسبهم ما بين 29.3٪ لحملة الشهادة المتوسطة، و 35.9٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا.

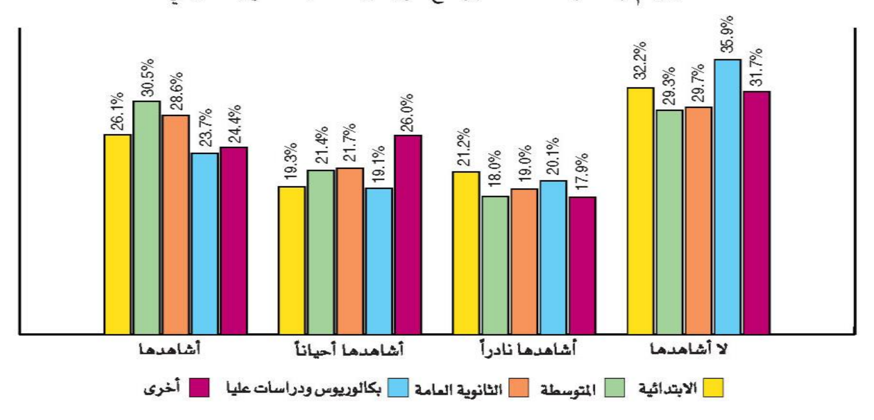
ويشير الجدول إجمالاً إلى ارتباط متابعة البرامج الرياضية بمتغير المستوى التعليمي ارتباطاً محدوداً، غير أن ثمة فوارق بسيطة موجودة بين الشباب على أساس من المستوى التعليمي، ولكن لا يمكن الاستناد إليها لضعف دلالتها الإحصائية، كما تشير قيمة مربع كاي. وعلى أية حال، فإن ما يمكن قوله من دلالات تتعلق بالمرحلة العمرية لكل مرحلة دراسية: الصغار (حملة الشهادة الابتدائية) يتأخرون قليلاً، والكبار (الحاصلون على البكالوريوس والدراسات العليا) يتأخرون أيضاً، لتتقدم الفئتان: الحاصلون على الشهادة المتوسطة والحاصلون على الشهادة الثانوية، مما يشير إلى أن متابعة تلك البرامج متعلقة بشكل أكبر بهذه المستويات التعليمية أكثر من غيرها، ولكن بدرجات محدودة.

جدول رقم (2-11) مشاهدة البرامج الرياضية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	69	26.1	310	30.5	312	28.6	145	23.7	30	24.4	12	27.9	878	27.9
أشاهدها أحياناً	51	19.3	217	21.4	237	21.7	117	19.1	32	26.0	5	11.6	659	20.9
أشاهدها نادراً	56	21.2	183	18.0	207	19.0	123	20.1	22	17.9	7	16.3	598	19.0
لا أشاهدها	85	32.2	298	29.3	324	29.7	220	35.9	39	31.7	18	41.9	984	31.2
غير مبين	3	1.1	8	0.8	12	1.1	7	1.1	-	-	1	2.3	31	1.0
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 25,008 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (2-11) مشاهدة البرامج الرياضية حسب المستوى التعليمي



مشاهدة البرامج الرياضية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-12) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الرياضية «أشاهدها» في المنطقة الجنوبية بلغت 31.6٪، يليهم المنطقة الوسطى بنسبة 31.1٪، ثم المنطقة الغربية بنسبة 27.1٪، فالمنطقة الشرقية بنسبة 25.6٪، وأخيراً المنطقة الشمالية بنسبة 23.8٪. ويتضح من ذلك وجود فروق تتراوح بين واضح وطفيف فيما بين المناطق. وبالنسبة للذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الوسطى 23.7٪، يليهم المنطقة الشرقية بنسبة 21.1٪، ثم المنطقة الغربية بنسبة 20.3٪، والمنطقة الجنوبية بنسبة 19.8٪، وأخيراً المنطقة الشمالية بنسبة 19.5٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة البرامج الرياضية، حيث تتقدم المنطقتان الجنوبية والوسطى على المناطق الأخرى، يليها المنطقة الغربية، ثم المنطقة الشرقية، وأخيراً

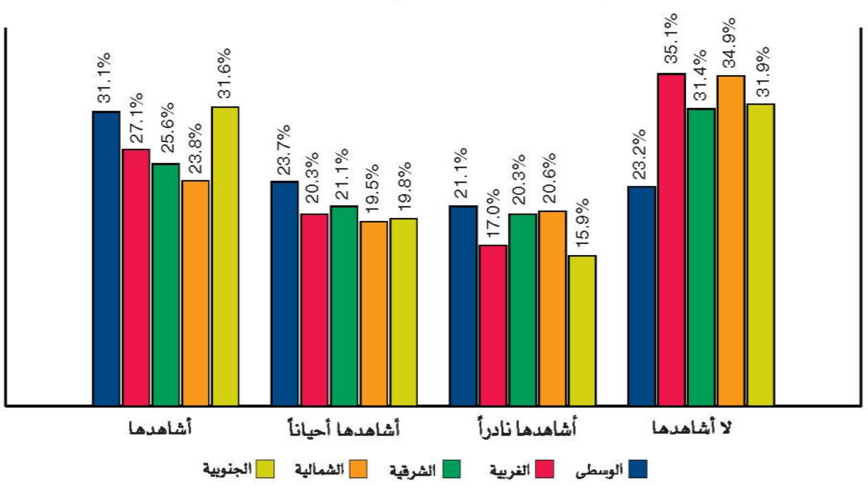
المنطقة الشمالية. ويمكن تفسير هذه النتائج بالنظر إلى أن تقدم كل من المنطقتين الجنوبية والوسطى له ما يبرره. فالمنطقة الجنوبية تعد من مناطق المملكة المتوافرة على ثقافة الموروثات الشعبية القائمة أصلا على المنافسات الجماعية والفردية، ومن بين ذلك مجموعة من الألعاب الشعبية والرقصات الفلكلورية، مما يمكن أن يكون قد ساهم في تشكيل ثقافة تقبل المنافسات، على نحو المنافسات الرياضية، وبالتالي ارتفعت لديها نسبة متابعة تلك البرامج، وتتماثل تقريبا المنطقة الوسطى مع المنطقة الجنوبية لازدهار الرياضة واشتداد المنافسة الرياضية في المنطقة الوسطى بشكل يفوق سواها من المناطق، ولأن الرياضة تعد المجال الأهم بالنسبة للشباب مع الترفية والتسلية، سواء كانت الرياضة مزاولة، وهو الأقل، أم مشاهدة ومتابعة، وهو الأكثر بشكل عام. وتتقارب كل من المنطقتين الشرقية والغربية في الاهتمام بين بقية المناطق.

جدول رقم (2-12) مشاهدة البرامج الرياضية حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	196	31.1	171	27.1	161	25.6	150	23.8	199	31.6	877	27.8
أشاهدها أحياناً	149	23.7	128	20.3	133	21.1	123	19.5	125	19.8	598	20.9
أشاهدها نادراً	133	21.1	107	17.0	128	20.3	130	20.6	100	15.9	598	19.0
لا أشاهدها	146	23.2	221	35.1	198	31.4	220	34.9	201	31.9	986	31.3
غير مبين	6	1.0	3	0.5	10	1.6	7	1.1	5	0.8	31	1.0
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 44,490 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-12) مشاهدة البرامج الرياضية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح من النتائج السابقة أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تشاهد البرامج الرياضية «أشاهدها» بنسبة بلغت 27.8٪، مسجلة بذلك فرقاً واضحاً مع الذين يتابعون تلك البرامج الرياضية «أشاهدها أحياناً»، حيث بلغت نسبتهم 20.9٪، وأخيراً الذين في فئة «أشاهدها نادراً» حيث بلغت نسبتهم 19.0٪. وقد سجلت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» 31.3٪.

وبالنظر إلى الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، ظهر أن تلك الخصائص ذات تأثير قوي في مدى المشاهدة، فقد اتضح أن الذكور يفوقون الإناث في مشاهدة تلك البرامج الرياضية، وتم تعليل ذلك بمجموعة من الأسباب، من أهمها: كون الرياضة نشاطا ذكوريا بشكل عام في المجتمع السعودي، كما اتضح أن جميع الفئات العمرية تتابع تلك البرامج بمستويات متقاربة، مع تقدم طفيف لأفراد العينة من ذوي الأعمار الأصغر، يليهم من هم فوقهم، ثم الفئة العمرية الأكبر.

كما اتضح أن الحاصلين على الشهادة المتوسطة والشهادة الثانوية يتقدمون من هم سواهم من مستويات التعليم الأخرى، ويبدو أن لذلك ارتباطا ما بالفئة العمرية أكثر من أي اعتبار آخر. وعلى المنوال ذاته يتقدم غير المتزوجين على المتزوجين في متابعة البرامج الرياضية، ولعل ذلك يعود إلى اعتبارات الفئة العمرية من جانب، ومن جانب آخر إلى أولويات البرنامج اليومي بالنسبة للمتزوجين في مقابل غير المتزوجين؛ حيث ينشغل المتزوجون بأمور

أخرى عادة ما تعيد ترتيب أولوياتهم. ومن جانب آخر، يتقدم الموظفون العسكريون على بقية الفئات المهنية، يليهم الموظفون في القطاع الخاص، والموظفون المدنيون، والطلاب بدرجات متقاربة، ليأتي بعد ذلك الذين لا يعملون وربات المنازل. ويأتي تأخر ربات المنازل مؤشراً آخر على تدني أهمية البرامج الرياضية لدى الإناث، للأسباب السابق الإشارة إليها.

وتسجل المنطقة الجنوبية، وللمرة الأولى في هذه الدراسة، تقدما على بقية المناطق بالنسبة لمشاهدة البرامج الرياضية، تتماثل معها تقريبا المنطقة الوسطى، وتليهما الغربية والشرقية، ثم تأتي المنطقة الشمالية أخيراً. وقد تم تفسير ذلك بعوامل تتعلق بالثقافة التنافسية الأكثر شيوعاً في المنطقة الجنوبية في مقابل المناطق الأخرى من خلال المنافسات في الرقصات الشعبية والفلوكلور، مما يمكن أن يكون قد انعكس على تكوين ثقافة تميل لقبول العمل التنافسي الرياضي في المنطقة الجنوبية مقارنة ببقية المناطق. كما تم النظر إلى كون الرياضة خيارا أساسيا لسكان المنطقة الوسطى لاعتبارات تتعلق بازدهار المنافسات الرياضية وبناها التحتية والفوقية في المنطقة، وللنقص الملحوظ في بدائل التسلية والترفية في هذه المنطقة، مما قد يكون ساعد على الارتفاع الملحوظ في متابعة البرامج الرياضة. وعلى أية حال، فإن هذه النتائج تؤكد أهمية مراعاة هذه الثقافة الرياضية عند التعامل مع الشباب وتعميم البرامج الموجهه لهم.

ثالثاً: مشاهدة نشرات الأخبار

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم لبرامج نشرات الأخبار، وفيما إذا كانت إجابة العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-13 إلى 2-18) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-13) أن نسبة من يشاهدون برامج نشرات الأخبار من الذكور «أشاهدها» بلغت34.7٪ بفرق واضح في مقابل الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 26.2٪. أما الذين يشاهدون تلك النشرات «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 38.1٪، في حين بلغت لدى الإناث 35.2٪. أما الذين في فئة «أشاهدها نادراً» من الذكور فبلغت نسبتهم 18.6٪ في مقابل 23.2٪ للإناث.

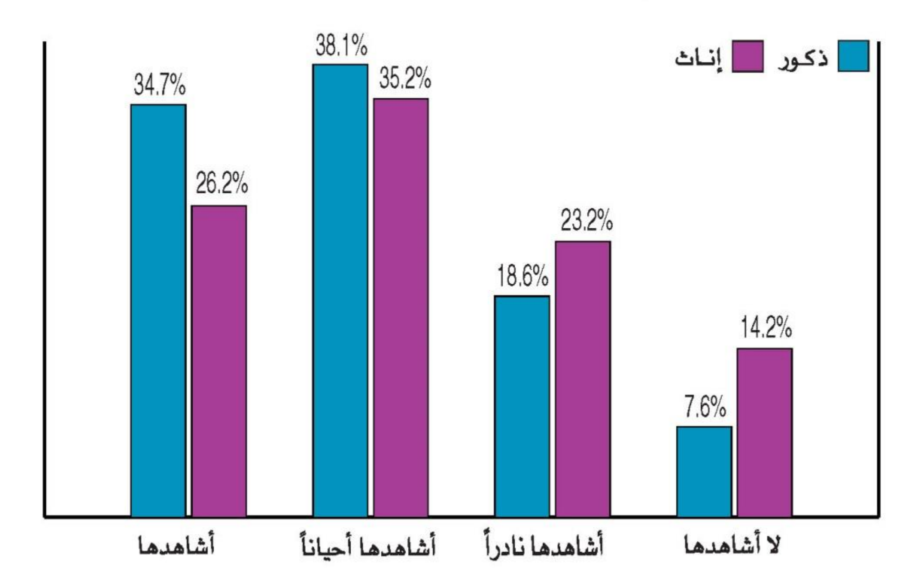
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة النشرات الإخبارية، حيث يتقدم الذكور على الإناث في متابعتها، ويدل ذلك بوضوح على أن متابعة الشأن العام (ومنها متابعة الأخبار التي تعتبر وسيلة من أهم وسائل متابعته) تعد في المجتمع السعودي إجمالاً من اهتمامات الذكور أكثر من الإناث. ومن المهم هنا ملاحظة أن على الرغم من انخفاض نسبة متابعة الإناث للأخبار في مقابل الذكور، إلا أن متابعتهن تعد جيدة استناداً إلى ما تشير إليه كثير من الدراسات المتخصصة من أن متابعة الإناث لنشرات الأخبار في أي مكان في العالم تكون بشكل أقل من الذكور.

جدول رقم (2-13) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	547	34.7	413	26.2	960	30.5
أشاهدها أحياناً	600	38.1	554	35.2	1154	36.6
أشاهدها نادراً	293	18.6	366	23.2	659	20.9
لا أشاهدها	119	7.6	224	14.2	343	10.9
غير مبين	16	1.0	18	1.1	34	1.1
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 62,364 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-13) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الجنس



مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-14) أن نسبة الذين يشاهدون نشرات الأخبار «أشاهدها» ممن تقع أعمارهم بين 25–29سنة بلغت 44.2٪ بفارق كبير جداً مع الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج «أشاهدها» ممن أعمارهم بين 20–24 سنة 29.2٪ مسجلة هذه الفئة فارقاً كبير جداً أيضا بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15–19 سنة الذين بلغت نسبة من يتابعون تلك النشرات منهم «أشاهدها» 18.0٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأكبر 35.6٪ في مقابل 39.0٪ للفئة العمرية الوسطى و 35.3٪ للفئة العمرية الأصغر سناً. وقد انعكست هـذه النتائـج على فئـة «أشاهدهـا نادراً» أو الذيـن لا يشاهدون تلك النشرات «لا أشاهدها»، حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئات العمرية الأصغر في حين تقل النسبة لدى الفئة العمرية الأكبر سناً.

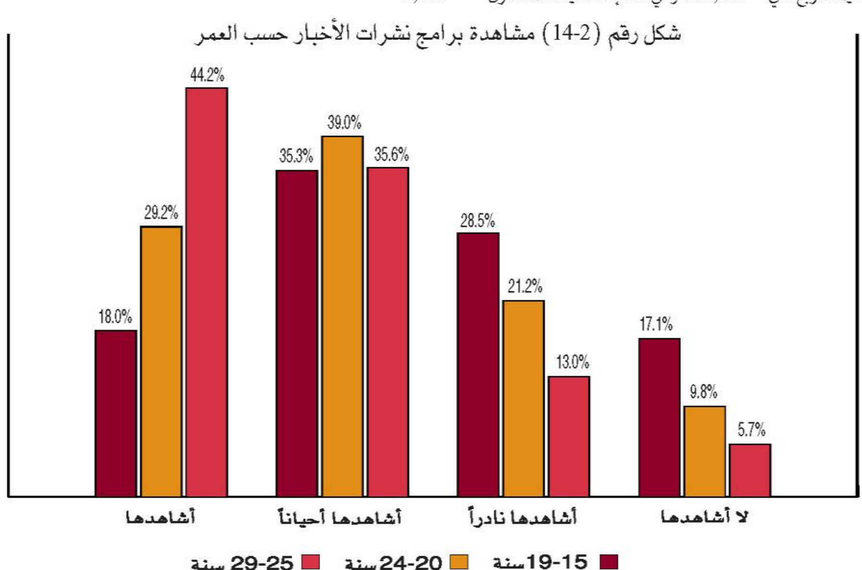
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة نشرات الأخبار، حيث يوجد اتساق واضح في النتائج؛ بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر، وتليها الوسطى، ثم الأصغر في عملية متابعة تلك النشرات. ويعد هذا الاتساق في النتائج أمرا طبيعيا ومتوقعا، ذلك أنه يمكن القول: إن الفئة التي تبدو أكثر حاجة لمتابعة الأخبار هي الفئة العمرية الأكبر، لما لنشرات الأخبار من أهمية في دعم تلك الفئة بالمعرفة اللازمة للقيام بمهماتها الوظيفية والمجتمعية، أو على أقل تقدير للإحاطة بما يجري من أحداث.

جدول رقم (2-14) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أشاهدها	189	18.0	307	29.2	464	44.2	960	30.5
أشاهدها أحياناً	371	35.3	409	39.0	374	35.6	1154	36.6
أشاهدها نادراً	299	28.5	223	21.2	137	13.0	659	20.9
لا أشاهدها	180	17.1	103	9.8	60	5.7	343	10.9
غير مبين	11	1.0	8	0.8	15	1.4	34	1.1
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 252,681 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-14) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب العمر



مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-15) أن نسبة الذين يشاهدون برامج نشرات الأخبار «أشاهدها» من المتزوجين بلغت 43.8٪ بفارق كبير جداً في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 25.7٪. أما الذين يشاهدون تلك النشرات «أشاهدها أحياناً» فتبلغ نسبتهم 33.6٪ للمتزوجين و 37.7٪ لغير المتزوجين. وقد اختلفت هذه النتائج مع من قالوا «أشاهدها نادراً» أو الذين لا يشاهدون تلك النشرات «لا أشاهدها»، حيث تصل نسبة من قالوا «أشاهدها نادراً» من المتزوجين 14.8٪، في مقابل 23.2٪ لغير المتزوجين. أما الذين لا يشاهدون تلك النشرات «لا أشاهدها» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 6.8٪ بفارق واضح مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 12.4٪.

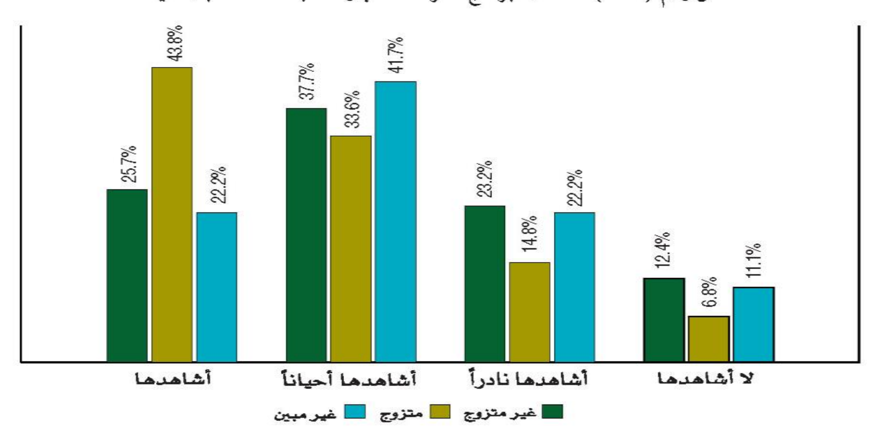
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً جداً بالنسبة لمدى متابعة نشرات الأخبار، حيث يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين في دلالة واضحة على أن الحالة الاجتماعية لها علاقة إيجابية بمدى متابعة نشرات الأخبار لصالح المتزوجين. وفي هذه النتائج اتساق مع ما سبق من أن الأكبر سناً هم الأكثر متابعة لنشرات الأخبار.

جدول رقم (2-15) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	583	25.7	369	43.8	8	22.2	960	30.5
أشاهدها أحياناً	856	37.7	283	33.6	15	41.7	1154	36.6
أشاهدها نادراً	526	23.2	125	14.8	8	22.2	659	20.9
لا أشاهدها	282	12.4	57	6.8	4	11.1	343	10.9
غير مبين	25	1.1	8	1.0	1	2.8	34	1.1
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 110,184 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-15) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-16) تقدم الموظفين المدنيين والموظفين العسكريين على غيرهم من الفئات لدى مشاهدة نشرات الأخبار في حالة «أشاهدها» حيث بلغت نسبهم 47.8٪ و 44.0٪ على التوالي، يلي ذلك موظفو القطاع الخاص بنسبة 41.9٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 32.5٪، وربات المنازل بنسبة 27.7٪، وأخيراً الطلاب بنسبة 23.2٪. وفي حال «أشاهدها أحياناً» تقدمت فئة الموظفين العسكريين بنسبة 45.1٪، يليهم موظفو القطاع الخاص بنسبة 39.2٪، ثم الذين لا يعلمون بنسبة 38.4٪، وربات المنازل بنسبة 37.2٪، والطلاب

بنسبة 35.9٪، وأخيراً الموظفون المدنيون بنسبة 35.5٪. وقد انحصرت نسبة الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» بين 9.9٪ للموظفين العسكريين و 25.1٪ للطلاب. وأدت هذه النتائج إلى انخفاض نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» لتنحصر بين 1.1٪ للموظفين العسكريين و 14.5٪ للطلاب.

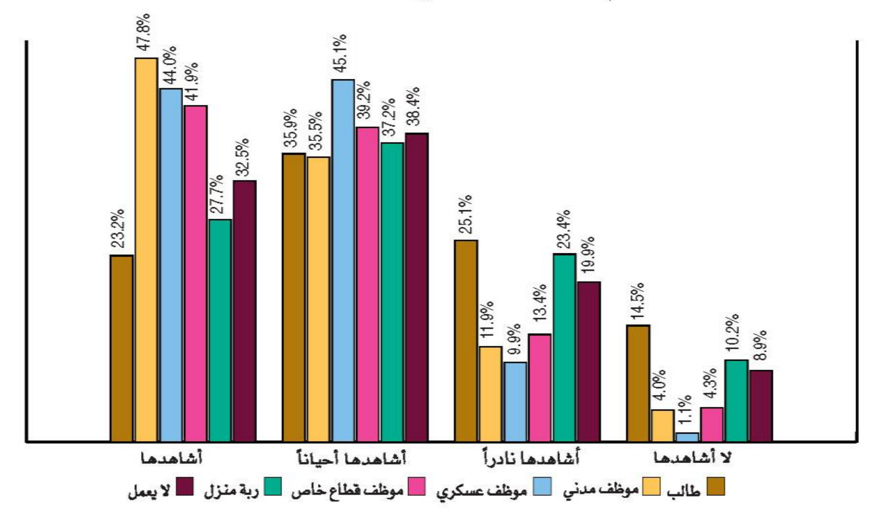
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن فئات الموظفين في المجتمع تتابع نشرات الأخبار أكثر من غيرها، وتتقدم الوظائف العسكرية بفوارق طفيفة أو بسيطة. ويمكن تفسير تقدم أصحاب الوظائف على غيرهم من أفراد العينة في متابعة نشرات الأخبار، بأن متابعة الأخبار تعد سلوكاً معرفياً ذا علاقة بالقضايا والموضوعات الرسمية وبالشأن السياسي المحلي والعالمي، وهذه الأمور عادة ما تكون أقرب لاهتمام الموظفين من غيرهم. وكان قد اتضح، سابقاً في هذه الدراسة، أن الموظفين أيضا هم أكثر من يتابعون الأخبار والأحداث السياسية سواء منها المحلية أو العالمية، كما يبدو أن لهذا الأمر علاقة بمتغير العمر الذي ارتبط بشكل طردي مع مدى متابعة نشرات الأخبار.

جدول رقم (2-16) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	433	23.2	261	47.8	40	44.0	78	41.9	38	27.7	88	32.5	20	37.7	658	30.4
أشاهدها أحياناً	670	35.9	194	35.5	41	45.1	73	39.2	51	37.2	104	38.4	21	39.6	1154	36.6
أشاهدها نادراً	469	25.1	65	11.9	9	9.9	25	13.4	32	23.4	54	19.9	3	5.7	657	20.9
لا أشاهدها	270	14.5	22	4.0	1	1.1	8	4.3	14	10.2	24	8.9	8	15.1	347	11.0
غير مبين	24	1.3	4	0.7	-	-	2	1.1	2	1.5	1	0.4	1	1.9	34	1.1
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 224,488 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-16) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المهنة



مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-17) أن نسبة الذين يشاهدون نشرات الأخبار «أشاهدها» تبلغ لدى الحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا 45.6 ٪، و 32.0٪ للثانوية العامة و 23.5٪ للابتدائية، و19.9٪ للمتوسطة. أما الذين يشاهدون تلك النشرات «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى للحاصلين على الشهادة المتوسطة 37.3٪، و 37.2٪ للثانوية العامة، و 35.5٪ للبكالوريوس والدراسات العليا، وأخيراً 33.0٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية. أما الذين يشاهدون تلك النشرات «أشاهدها نادراً» فتراوحت نسبتهم بين 13.4٪ للبكالوريـــوس والدراسات العليا، و 26.1٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة. كما انخفضت نسبة الذين لا يشاهدون تلك النشرات «لا أشاهدها» إلى 4.9٪ للبكالوريوس والدراسات العليا، و 18.9٪ للمرحلة الابتدائية.

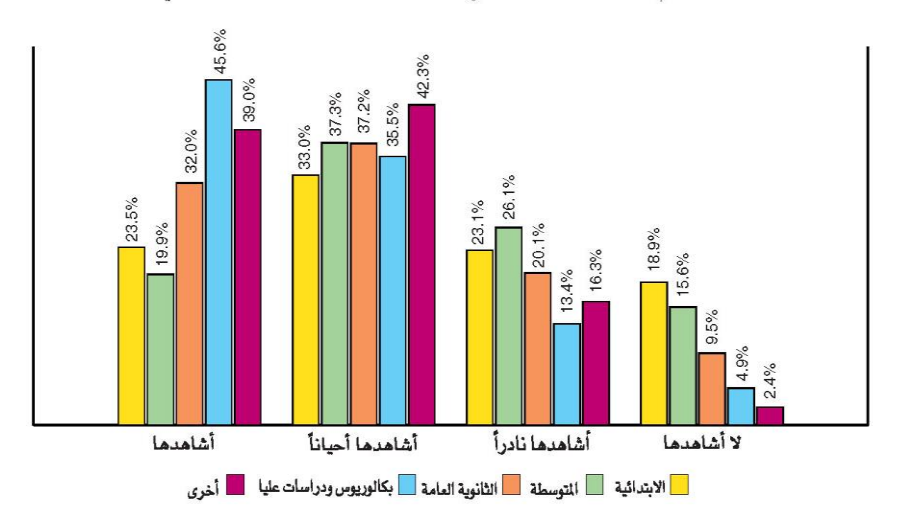
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن هناك علاقة طردية بين متابعة برامج نشرات الأخبار من ناحية، والمستوى التعليمي للفرد من ناحية أخرى، كما أن هناك اتساقاً ملحوظاً في متابعة نشرات الأخبار بين بيانات هذا الجدول وبيانات الجداول السابقة. ففي حين كان الأكبر سناً هم الأكثر متابعة من أقرانهم، والموظفون الرسميون أكثر من غيرهم، فإن الحاصلين على التأهيل العالي في هذا الجدول هم الأكثر متابعة لنشرات الأخبار. وهذا الأمر يؤكد من جديد أن متابعة نشرات الأخبار تعد أمراً متعلقاً بالمستوى المعرفي للفرد، وعلى أية حال فإن هذه النتائج تؤكد أن الأكثر تحصيلاً علمياً هم الأكثر متابعة لنشرات الأخبار. وتتسق هذه النتيجة مع النتيجة السابقة المتعلقة بمشاهدة العينة لبرامج نشرات الأخبار حسب الفئات العمرية، حيث كلما تقدم عمر الشاب ازدادت مشاهدته لهذه البرامج.

جدول رقم (2-17) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اشاهدها	62	23.5	202	19.9	349	32.0	279	45.6	48	39.0	18	41.9	958	30.4
اشاهدها أحياناً	87	33.0	379	37.3	406	37.2	217	35.5	52	42.3	13	30.2	1154	36.6
اشاهدها نادراً	61	23.1	265	26.1	220	20.1	82	13.4	20	16.3	9	20.9	657	20.9
لا اشاهدها	50	18.9	158	15.6	104	9.5	30	4.9	3	2.4	2	4.7	347	11.0
غير مبين	4	1.5	12	1.2	13	1.2	4	0.7	-	-	1	2.3	34	1.1
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 198,460 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-17) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المستوى التعليمي



مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-18) أن نسبة الذين يشاهدون برامج نشرات الأخبار «أشاهدها» في المنطقة الشرقية تبلغ 40.6٪، يليهم المنطقة الشمالية بنسبة 29.5٪، ثم المنطقة الجنوبية بنسبة 29.0٪، فالمنطقة الوسطى بنسبة 27.8٪، وأخيراً المنطقة الغربية بنسبة 25.4٪. ويتضح من ذلك وجود فرقٍ كبير جداً بين المنطقة الشرقية وبقية المناطق. وبالنسبة للذين يشاهدون تلك النشرات «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الشمالية 41.4٪، يليهم المنطقة الوسطى بنسبة 40.2٪، ثم المنطقة الجنوبية بنسبة 36.8٪، والمنطقة الشرقية بنسبة 33.2٪، وأخيراً المنطقة الغربية بنسبة 31.6٪.

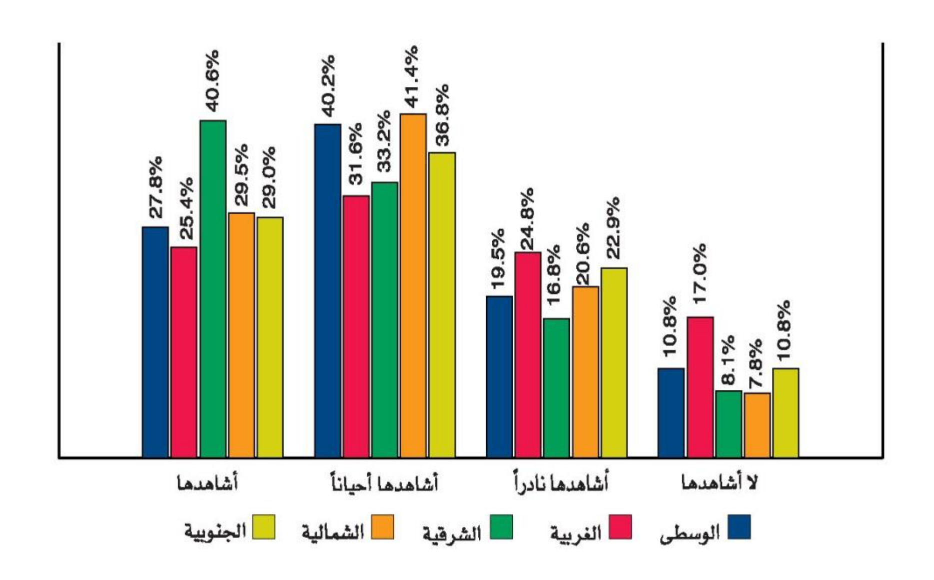
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة تلك النشرات، حيث تتقدم المنطقة الشرقية على المناطق الأخرى في حالة المتابعة «أشاهدها»، وهو تقدم ملحوظ لا يمكن تفسيره إلا من خلال الاستناد على التراكمات المعرفية التي تتمتع بها المنطقة الشرقية نتيجة قدرة الناس فيها على التقاط البث التلفزيوني من مجموعة قنوات خليجية منذ عقود من الزمن بشكل سبقت فيه تلك المنطقة كل المناطق الأخرى، وهذا الاستقراء قد يوضح ارتفاع النسبة في المنطقة الشرقية، حيث قد تكون تلك التراكمية المعرفية قد ساعدت على ارتفاع مدى التعرض لنشرات الأخبار في تلك المنطقة وتقدمها على بقية المناطق التي جاءت بعدها في الترتيب وبنسب متقاربة إلى حد ما، لا يفصل بينها غير فروق طفيفة أو بسيطة. ويشير ذلك بوضوح إلى أنه على الرغم من أن متابعة نشرات الأخبار يعد سلوكا ملحوظا في معظم المناطق، فإن المنطقة الشرقية قد سجلت النسبة الأعلى في هذا السلوك الاستهلاكي لنشرات الأخبار.

جدول رقم (2-18) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	175	27.8	160	25.4	256	40.6	186	29.5	183	29.0	960	30.5
أشاهدها أحياناً	253	40.2	199	31.6	209	33.2	261	41.4	232	36.8	1154	36.6
أشاهدها نادراً	123	19.5	156	24.8	106	16.8	130	20.6	144	22.9	659	20.9
لا أشاهدها	68	10.8	107	17.0	51	8.1	49	7.8	68	10.8	343	10.9
غير مبين	11	1.7	8	1.3	8	1.3	4	0.6	3	0.5	34	1.1
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 87,334 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-18) مشاهدة برامج نشرات الأخبار حسب المناطق



الخلاصة:

أوضحت النتائج أن نسبة الذين يشاهدون نشرات الأخبار «أشاهدها أحياناً» بلغت 36.6٪، مسجلة بذلك فرقاً واضحاً مع الذين يشاهدون تلك النشرات الإخبارية «أشاهدها»، حيث بلغت نسبتهم 30.5٪ ، وأخيراً الذين في فئة «أشاهدها نادراً» حيث بلغت نسبتهم 20.9٪. أما الذين لا يتابعون تلك النشرات «لا أشاهدها» فقد انخفضت نسبتهم لتصل إلى 10.9٪.

وحين فحص هذه النتائج في ضوء الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة؛ اتضح أن مجمل الخصائص تؤثر بشكل ما على عملية مشاهدة نشرات الأخبار، فالذكور يتقدمون على الإناث في مشاهدة هذه النشرات، والأكبر سناً كذلك يتقدمون على من هم دونهم، والمتزوجون أكثر متابعة لها من غير المتزوجين، والأكثر تحصيلاً علمياً يشاهدونها أكثر ممن هم أقل منهم تعليماً، كما يتقدم الموظفون المدنيون والعسكريون والعاملون في القطاع الخاص على من سواهم من المهن الأخرى. ويدل ذلك بشكل واضح على أن متابعة نشرات الأخبار، إنما تتم في إطار ما يمكن تسميته بالمشاهدة الوظيفية، بمعنى أن أفراد العينة إنما يتابعون نشرات الأخبار لتحقيق وظيفة الاطلاع والمعرفة الإخبارية التي تساعدهم على القيام بمهماتهم المجتمعية من ناحية، أو على أقل تقدير على تحقيقهم المعرفة بالقضايا والموضوعات. وهذا الأمر يعد في دراسات الإعلام والاتصال من خصائص الفئات المجتمعية الأكثر تأثيراً على الساحة المجتمعية، ومنهم: أصحاب

القرار، والمثقفون، والكتاب، والأساتذة، وهكذا. وبالتالي، فإن متابعة نشرات الأخبار في المجتمع تعد سلوكا يقوم به الأكبر دوراً في المجتمع من أفراد العينة.

ومن خلال فحص متغير المناطق، اتضح أن المنطقة الشرقية تتقدم عن بقية المناطق، في دلالة واضحة كما يبدو على أن الخبرة التراكمية للمنطقة في مجال مشاهدة قنوات التلفزيونات الخليجية بشكل سبقت به المناطق الأخرى، قد تكون ساعدت على تقدم هذه المنطقة على المناطق الأخرى التي جاءت متابعتها لنشرات الأخبار بدرجات متقاربة.

وفي خلاصة مهمة لهذه النتائج، يمكن القول: إن المستوى الجيد للارتباط بين فئة الشباب ونشرات الأخبار يلقي ثقلاً كبيراً على وسائل الإعلام المحلية؛ وبخاصة التلفزيون والإذاعة ليكونا جديرين باستقطاب الجمهور المحلي، فقد اتضح سابقاً ضعف متابعة الإعلام المحلي، ولذلك انعكاسات سلبية يجب التنبه لها.

رابعاً: مشاهدة برامج الأسرة والطفل

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم لبرامج الأسرة والطفل، وفيما إذا كانت إجابة أفراد العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-19 إلى 2-24) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-19) أن نسبة من يشاهدون برامج الأسرة والطفل من الذكور «أشاهدها» بلغت 5.3٪ فقط بفارق كبير جداً في مقارنة الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 30.0٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 19.7٪، في حين بلغت لدى الإناث 34.7٪. أما الذين قالوا «أشاهدها نادراً» من الذكور؛ فبلغت نسبتهم 34.4٪ في مقابل 18.5٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» 39.0٪ للذكور في مقابل 16.3٪ للإناث.

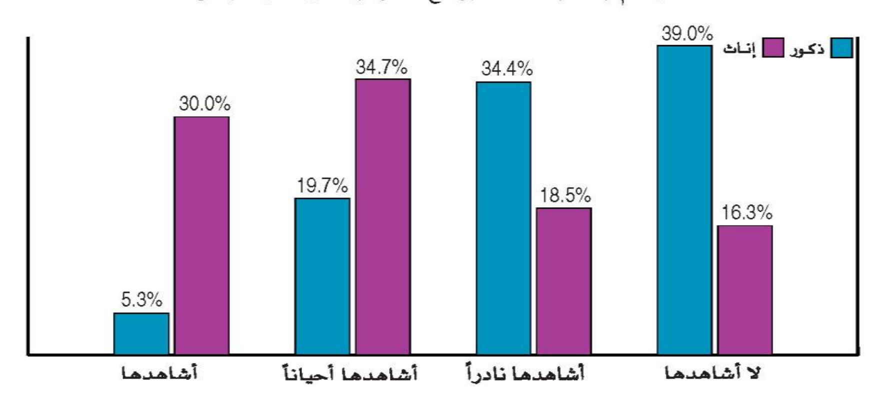
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً جداً في مدى متابعة برامج الأسرة والطفل؛ حيث تتقدم الإناث على الذكور سواء كانت المشاهدة «أشاهدها» أم «أشاهدها أحياناً». وفي هذا دلالة واضحة على أن جماهيرية تلك البرامج تنحصر لدى الإناث في مقابل الذكور، وهو أمر متوقع في أغلب المجتمعات؛ وخاصة المجتمع السعودي حيث تكون الفوارق أوضح وأظهر لما للمرأة من دور مباشر في شؤون الأسرة والطفل، وحيث تلعب المرأة السعودية دوراً هاماً في حياة الأسرة والطفل، وجاءت متابعتها لبرامج الأسرة والطفل متفقة مع ما تقوم به من أدوار أسرية. وتؤكد هذه النتائج الدور الذي يمكن أن تقوم به هذه البرامج في توجيه الأسرة والطفل بشكل عام، من خلال إقبال ربات المنازل والزوجات عليها. وهو الأمر الذي يتطلب التنبيه إليه عند تصميم البرامج المجتمعية المعنية بشؤون الثقافة والفكر والسلوك.

جدول رقم (2-19) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الجنس

مدى المشاهدة / الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	83	5.3	472	30.0	555	17.6
أشاهدها أحياناً	311	19.7	546	34.7	857	27.2
أشاهدها نادراً	542	34.4	292	18.5	834	26.5
لا أشاهدها	614	39.0	257	16.3	871	27.7
غير مبين	25	1.6	8	0.5	33	1.0
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 564,826 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-19) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الجنس



مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-20) أن نسبة الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها» ممن تقع أعمارهم بين 25-29سنة بلغت 23.1٪ بفارق واضح أو كبير جداً مع الفئة العمرية من 20-24سنة، والفئة العمرية من 15-19سنة، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج ممن أعمارهم بين 20-24 سنة 17.0٪ مسجلة هذه الفئة فارقاً واضحاً بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19 سنة الذين بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج وقالوا «أشاهدها» 12.7٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأكبر 31.7٪ مسجلة فارقاً واضحاً مع الفئة العمرية الوسطى التي بلغت نسبتها 25.0٪، وفارقاً واضحاً آخر مع الفئة العمرية الأصغر التي بلغت كذلك نسبتها 25.0٪. وقد انعكست هذه النتائج على من هم في فئة «أشاهدها نادراً» أو الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها»، حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئة العمرية الأصغر في حين تقل النسبة لدى الفئة العمرية الأكبر.

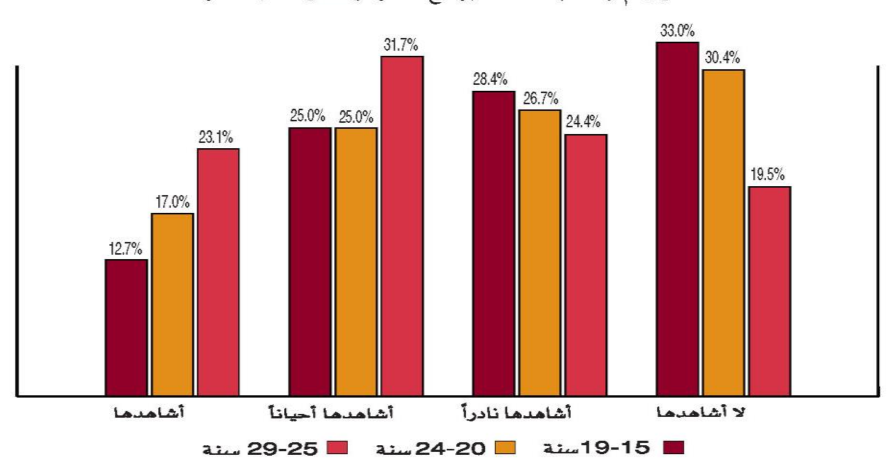
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة برامج الأسرة والطفل، حيث يبدو أن هناك اتساقاً في النتائج بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر، وتليها الوسطى، ثم الأصغر في عملية متابعة تلك البرامج. ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الفئة العمرية الأكبر في هذه الدراسة هي الفئة العمرية المتزوجة غالباً وبخاصة من الإناث. ونظراً لتقدم الإناث على الذكور في الجدول السابق، فمن المتوقع أن تكون الإناث اللاتي يتابعن تلك البرامج هنّ من رفع درجة المشاهدة في هذا الجدول لتكون من نصيب الأكبر سناً. أما الفئتان العمريتان الأخريان: الوسطى والأصغر، فيبدو أن لا علاقة مباشرة لهما بهذه البرامج، حيث إنهما دون الفئة العمرية الكبرى التي يمكن أن تتابع تلك البرامج لأغراض أسرية، ولذلك فمن المهم التنبه إلى أن الفئة العمرية التي تشير النتائج إلى أهميتها في هذه الدراسة بالنسبة لمتابعة برامج الأسرة والطفل؛ هي: الفئة العمرية الأكبر سناً (25-29سنة).

جدول رقم (2-20) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أشاهدها	133	12.7	179	17.0	243	23.1	555	17.6
أشاهدها أحياناً	262	25.0	262	25.0	333	31.7	857	27.2
أشاهدها نادراً	298	28.4	280	26.7	256	24.4	834	26.5
لا أشاهدها	347	33.0	319	30.4	205	19.5	871	27.7
غير مبين	10	1.0	10	1.0	13	1.2	33	1.0
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 88,887 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-20) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب العمر



مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-21) أن نسبة الذين يشاهدون برامج الأسرة والطفل «أشاهدها» من المتزوجين بلغت 33.4٪ بفارقٍ كبير جداً مقارنة بغير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 11.9٪. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم 33.1٪ للمتزوجين و 24.9٪ لغير المتزوجين. وقد انعكست هذه النتائج على من هم في فئة «أشاهدها نادراً» أو لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ حيث تصل نسبة من هم في فئة «أشاهدها نادراً» من المتزوجين 19.1٪ في مقابل 29.2٪ من غير المتزوجين. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 13.4٪ بفارق كبير مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 32.9٪.

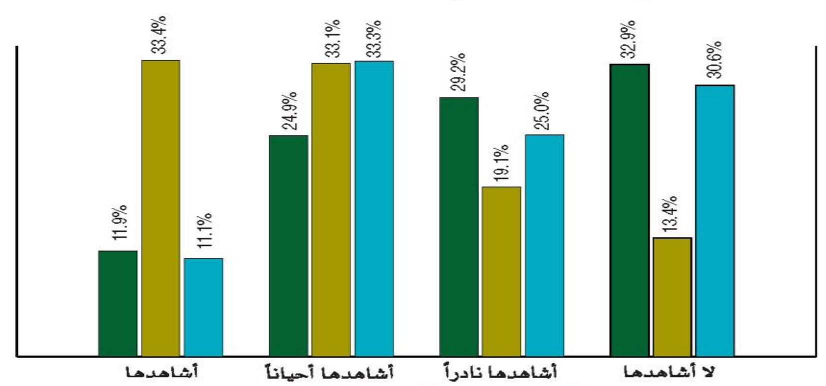
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً جداً في مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الأسرة والطفل، حيث يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين . وفي ذلك دلالة على أن المتابعة غالباً ما تتم لأغراض أسرية ولإشباع احتياجات الفئة المتزوجة من الجمهور في مجالات المعرفة الأسرية، وربما الترفيه الأسري، وهذا يفسر لماذا جاءت نسبة غير المتزوجين الذين يتابعون تلك البرامج ضعيفة بشكل عام.

جدول رقم (2-21) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	270	11.9	281	33.4	4	11.1	555	17.6
أشاهدها أحياناً	566	24.9	279	33.1	12	33.3	857	27.2
أشاهدها نادراً	664	29.2	161	19.1	9	25.0	834	26.5
لا أشاهدها	747	32.9	113	13.4	11	30.6	871	27.7
غير مبين	25	1.1	8	1.0	-	-	33	1.0
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 283,202 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-21) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المهنة

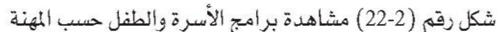
يوضح الجدول رقم (2-22) أن نسبة الذين يشاهدون برامج الأسرة والطفل «أشاهدها» ترتفع لدى ربات المنازل لتصل إلى 42.3٪، يليهنّ الموظفون المدنيون بنسبة 24.0٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 22.9٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 16.7٪، والطلاب بنسبة 13.5٪، وأخيراً الموظفون العسكريون بنسبة 7.7٪. أما الذين «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم لدى الموظفين المدنيين 32.1٪، في مقابل 29.9٪ لربات المنازل، و 28.4٪ للذين لا يعملون، وكذلك 28.0٪ لموظفي القطاع الخاص، و 25.2٪ للطلاب، وأخيراً 24.2٪ للموظفين العسكريين. وقد أدت هذه النتائج للارتفاع النسبي للذين قالوا «أشاهدها نادراً»، لتصل إلى 39.6٪ للموظفين العسكريين، و28.4٪ للطلاب، و 28.0٪ لموظفي القطاع الخاص، و 24.5٪ للموظفين المدنيين، و 19.9٪ للذين لايعملون، وأخيراً 13.1٪ لربات المنازل. وبدرجات متقاربة جاءت نسبة الذين قالوا «لا أشاهدها» لتصل إلى 31.9٪ للطلاب، و 28.4٪ للذين لا يعملون، و 26.4٪ للموظفين العسكريين، و 25.8٪ لموظفي القطاع الخاص، و18.1٪ للموظفين المدنيين وأخيراً 13.9٪ لربات المنازل.

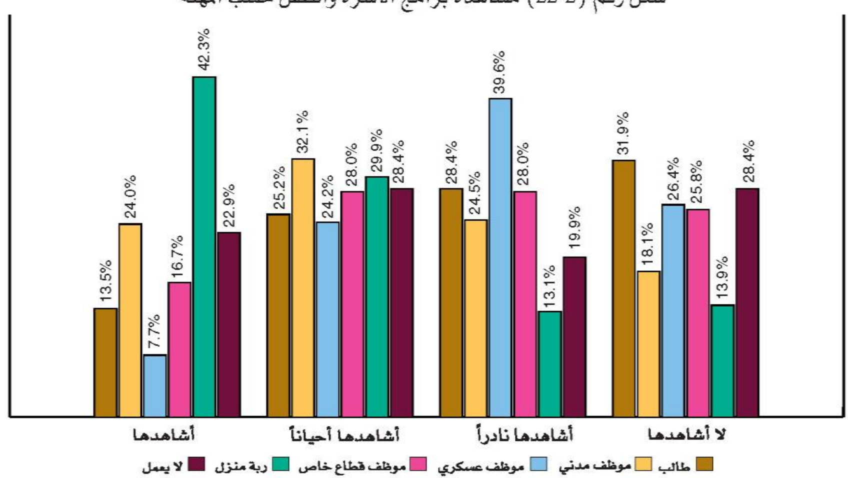
ويشير الجدول إجمالاً إلى تقدم الإناث في متابعة برامج الأسرة والطفل، ففي حين تحتل ربات المنازل المرتبة الأولى، يأتي في المرتبة الثانية الموظفون المدنيون. وتشمل هذه الفئة الأخيرة الموظفات أيضا من النساء، مما جعل الإناث يسيطرن على علاقة متغير المهنة بالتعرض لبرامج الأسرة والطفل، كما يلاحظ انخفاض نسبة المتابعين لهذه البرامج بين العسكريين وهم من الذكور والطلاب وهم من الفئات العمرية الأصغر الذي اتضح فيما سبق عدم اهتمامها بمتابعة برامج الأسرة والطفل. وهذا ما تؤكده النتيجة السابقة التي أشارت بوضوح إلى ارتفاع نسبة الإناث في مقابل الذكور عند مشاهدة هذه المواد البرامجية.

جدول رقم (2-22) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	252	13.5	131	24.0	7	7.7	31	16.7	58	42.3	62	22.9	14	26.4	555	17.6
أشاهدها أحياناً	470	25.2	175	32.1	22	24.2	52	28.0	41	29.9	77	28.4	20	37.7	857	27.2
أشاهدها نادراً	530	28.4	134	24.5	36	39.6	52	28.0	18	13.1	54	19.9	10	18.9	834	26.5
لا أشاهدها	596	31.9	99	18.1	24	26.4	48	25.8	19	13.9	77	28.4	8	15.1	871	27.7
غير مبين	18	1.0	7	1.3	2	2.2	3	1.6	1	0.7	1	0.4	1	1.9	33	1.0
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 171,381 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001


شكل رقم (2-22) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المهنة



مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-23) أن نسبة الذين يشاهدون برامج الأسرة والطفل «أشاهدها» تبلغ 26.5٪ للحاصلين على درجة البكالوريوس والدراسات العليا، و 17.8٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية، و 16.0٪ للثانوية العامة، و 13.5٪ للمتوسطة. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم 34.5٪ للحاصلين على درجة البكالوريوس والدراسات العليا، و 26.6٪ للحاصلين على الثانوية العامة، و 26.1٪ للابتدائية، و 24.3٪ للمرحلة المتوسطة. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» فتراوحت نسبهم بين 22.5٪ للبكالوريوس والدراسات العليا، و 28.4٪ للحاصلين على شهادة المتوسطة. وتباينت نسب الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» لتصل إلى 32.9٪ للحاصلين على شهادة المتوسطة، و 29.5٪ للثانوية، و 28.0٪ للحاصلين على شهادة الابتدائية، و16.0٪ للبكالوريوس والدراسات العليا.

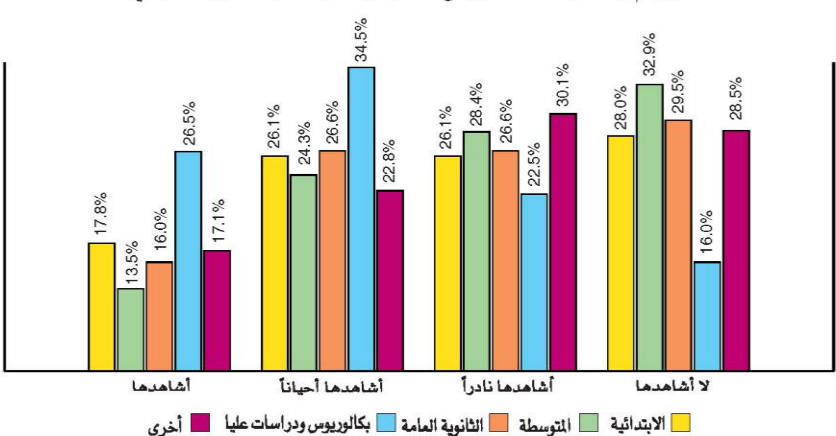
جدول رقم (2-23) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اشاهدها	47	17.8	137	13.5	175	16.0	162	26.5	21	17.1	13	30.2	555	17.6
اشاهدها أحياناً	69	26.1	247	24.3	290	26.6	211	34.5	28	22.8	12	27.9	857	27.2
اشاهدها نادراً	69	26.1	289	28.4	291	26.6	138	22.5	37	30.1	10	23.3	834	26.5
لا اشاهدها	74	28.0	334	32.9	322	29.5	98	16.0	35	28.5	8	18.6	871	27.7
غير مبين	5	1.9	9	0.9	14	1.3	3	0.5	2	1.6	-	-	33	1.0
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 112,545 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن للمستوى التعليمي علاقة بمستوى التعرض لبرامج الأسرة والطفل، حيث يتقدم الحاصلون على المؤهلات الأعلى على من هم دونهم، ويليهم أصحاب المؤهلات الدنيا، بفوارق طفيفة أو بسيطة. وقد يفسر ذلك بأن الأعلى تأهيلا هم من المتزوجين غالباً، وبالتالي تتفق هذه النتائج مع ما سبق من نتائج خاصة بالحالة الاجتماعية، والتي أوضحت أن المتزوجين أكثر مشاهدة لتلك البرامج من غيرهم، كما تتفق أيضا مع النتائج الخاصة بمتغير العمر، حيث اتضح أن الأكبر سناً هم الأكثر مشاهدة لبرامج الأسرة والطفل.

شكل رقم (2-23) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المستوى التعليمي



مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-24) أن نسبة الذين يتابعون برامج الأسرة والطفل «أشاهدها» في المنطقة الشرقية تبلغ 21.4٪، يليهم المنطقة الوسطى بنسبة 18.1٪، ثم المنطقة الجنوبية بنسبة 16.8٪ فالمنطقتين الغربية والشمالية بنسبة 15.9٪ لكل منهما. ويتضح من ذلك وجود فرقٍ واضح بين المنطقة الشرقية وكل من المنطقتين الغربية والشمالية. وبالنسبة للذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الشرقية 30.8٪، يليهم المنطقة الوسطى بنسبة 27.5٪، ثم المنطقة الغربية بنسبة 26.5٪، والمنطقة الجنوبية بنسبة 26.2 ، وأخيراً المنطقة الشمالية بنسبة 25.1٪.

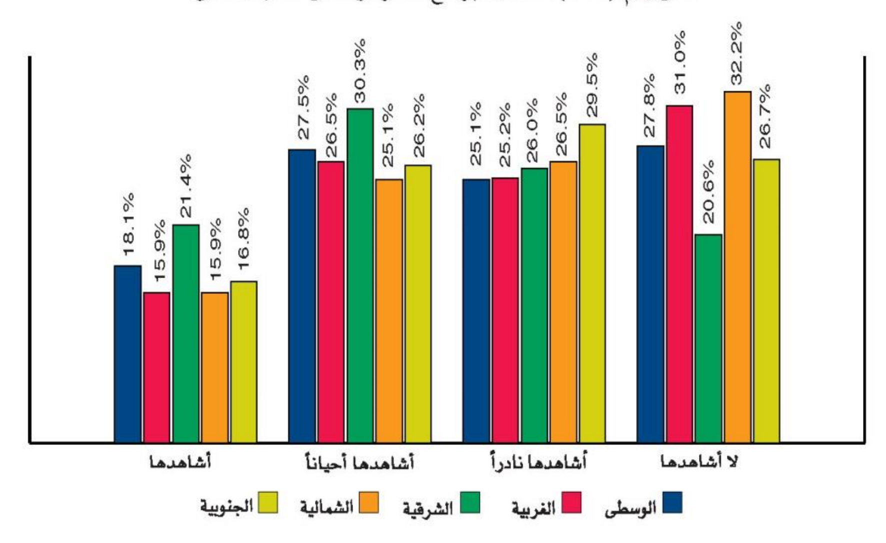
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة برامج الأسرة والطفل، حيث تتقدم المنطقة الشرقية على المناطق الأخرى في حين كانت المتابعة «أشاهدها» أو «أشاهدها أحياناً». ويمكن تفسير ذلك في إطار المعرفة بما سبقت الإشارة إليه من امتلاك الجمهور في المنطقة الشرقية لخبرات تراكمية في مجال التعرض لقنوات التلفزيون تسبق جميع المناطق الأخرى في المملكة، وهو الأمر الذي قد يكون ساعد على تكوّن ثقافة مشاهدة تلفزيونية أعمق، وأدى نتيجة لذلك إلى وجود فرق واضح بين المنطقة الشرقية ومناطق أخرى. أما بقية المناطق فتأتي مشاهدتها لبرامج الأسرة والطفل بدرجات متقاربة وبفوارق لا تعدو أن تكون طفيفة، مما يشير إلى أن متابعة تلك البرامج في هذه المناطق يتم بدرجات متساوية تقريباً.

جدول رقم (2-24) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	114	18.1	100	15.9	135	21.4	100	15.9	106	16.8	555	17.6
أشاهدها أحياناً	173	27.5	167	26.5	194	30.8	158	25.1	165	26.2	857	27.2
أشاهدها نادراً	158	25.1	159	25.2	164	26.0	167	26.5	186	29.5	834	26.5
لا أشاهدها	175	27.8	195	31.0	130	20.6	203	32.2	168	26.7	871	27.7
غير مبين	10	1.6	9	1.4	7	1.1	2	0.3	5	0.8	33	1.0
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 39,722 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-24) مشاهدة برامج الأسرة والطفل حسب المناطق



الخلاصة:

تشير النتائج إلى أن معظم أفراد العينة يشاهدون برامج الأسرة والطفل «أحياناً» بنسبة بلغت 27.2٪ لمن قالوا «أشاهدها أحياناً»، مسجلين بذلك فرقاً واضحاً لمتابعي البرامج «أشاهدها»، حيث بلغت نسبتهم 17.6٪. أما الذين في فئة «أشاهدها نادراً» فبلغت نسبتهم 26.5٪. وقد ارتفعت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» لتصل إلى 27.7٪. كما احتلت الإناث المكانة الأولى في متابعة تلك البرامج مقارنة بالذكور الذين تدنت نسبة متابعتهم، وكذلك تقدمت الفئة العمرية الأكبر على الفئتين الأخريين.

وفي اتساق مع هذه النتائج اتضح أن المتزوجين أكثر متابعة لبرامج الأسرة والطفل من غير المتزوجين، وكذلك تقدمت ربات المنازل على بقية أصحاب المهن، يليهن الموظفون المدنيون الذين من بينهم أيضا موظفات مدنيات، مما أشار بوضوح إلى أن متابعة هذه البرامج تعد متابعة نسوية في المقام الأول. وبالنسبة للمناطق، ظهر أن أفراد العينة من المنطقة الشرقية يتقدمون على غيرهم من المناطق الأخرى في متابعة هذه البرامج، ويمكن أن يكون السبب في ذلك هو امتلاك سكان المنطقة الشرقية خبرات تراكمية في مجال مشاهدة البرامج التلفزيونية مما جعلها تتقدم على بقية المناطق، وهو الأمر الذي أكده التقارب الكبير بين نسب مشاهدة تلك البرامج في بقية المناطق حيث لم يفصل بينها إلا فوارق طفيفة أو بسيطة، مما يدل على أن متابعة برامج الأسرة والطفل في بقية المناطق يتقارب إلى حد كبير.

خامساً: مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية)

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم للبرامج الحوارية السياسية، وفيما إذا كانت إجابة العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-25 إلى 2-30) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-25) أن نسبة من يشاهدون البرامج الحوارية من الذكور «أشاهدها» تبلغ 23.5٪ بفرق واضحٍ في مقابل الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 13.7٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فبلغت نسبتهم لدى الذكور 32.7٪، في حين بلغت لدى الإناث 23.4٪. أما الذين في فئة «أشاهدها نادراً» من الذكور؛ فبلغت نسبتهم 23.7٪ في مقابل 28.7٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» 18.7٪ للذكور في مقابل 33.1٪ للإناث.

وتدل هذه النتائج بشكل عام على انخفاض متابعة الشباب للبرامج الحوارية، وذلك في مقابل أنواع أخرى من البرامج كالبرامج الدينية والرياضية والأخبار مثلاً، حيث بلغت نسبة الذكور الذين يتابعون البرامج الدينية 31.7٪ في حين كانت نسبة الإناث 43.3٪. كما بلغت نسبة الذكور الذين يتابعون البرامج الرياضية 45.75٪، وإن كانت نسبة الإناث لم تتجاوز في البرامج الرياضية 10٪.

أما مشاهدة نشرات الأخبار؛ فقد بلغت لدى الذكور 34.7٪ في مقابل 26.2٪ للإناث. وفي ذلك دلالة على إشكالية ذات علاقة بمفهوم الحوار ذاته، حيث ربما لم يترسخ الحوار بعد في المجتمع باعتباره سلوكاً طبيعياً من ناحية، أو نشاطاً جذاباً من ناحية ثانية. وتؤكد هذه النتائج على أهمية دعم ثقافة الحوار من جانب، وتشجيع البرامج الحوارية من جانب آخر في جميع مؤسسات التربية والتعليم والثقافة والإعلام.

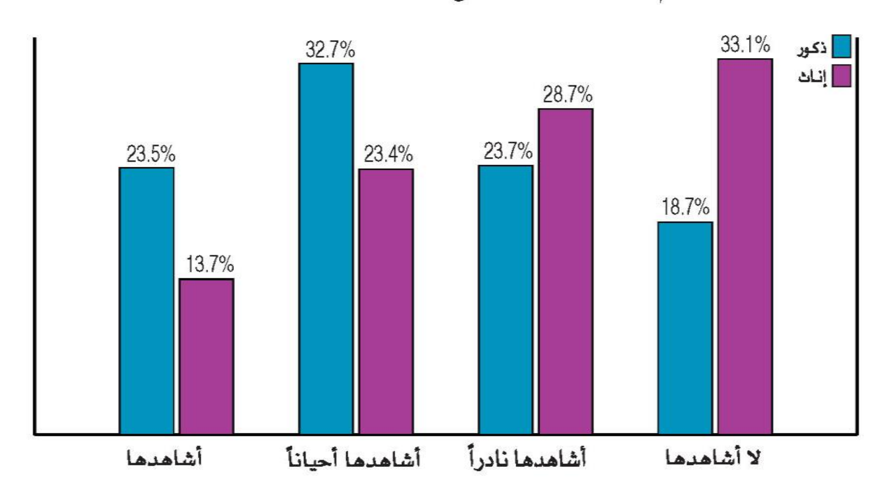
وعلى أية حال، فإن الجدول يشير إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة البرامج الحوارية السياسية، حيث يتقدم الذكور في جميع حالات المشاهدة. وتتفق هذه النتيجة مع عدد من النتائج السابقة وبخاصة تلك المتعلقة بمتابعة أفراد العينة للأخبار والأحداث السياسية؛ سواء منها المحلية أو العالمية. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الشأن السياسي لا يزال يعد من خصائص الرجال في المجتمع السعودي بشكل عام، حيث تنحصر مشاركات المرأة السعودية في الأمور السياسية في بعض الجوانب المعرفية العامة، أو الاهتمامات الخاصة التي تمتلكها بعض المثقفات والكاتبات الصحفيات المهتمات بالشأن السياسي، أو ما كان على نحو ذلك. لكن هذه البدايات لم يمكنها أن تعدل من النتيجة التي تشير إليها الدراسة هنا، وهي أن الرجل هو المهتم الأكثر بمتابعة البرامج السياسية، كنتيجة طبيعية كما يبدو لإحساسه بالمشاركة التي إن لم تكن مشاركة فعلية من خلال قيامه بمهمات ذات علاقة بالشأن السياسي، فعلى أقل تقدير من باب العلم والإحاطة بالقضايا والموضوعات السياسية، غير أن هذه النتيجة لا تعني أن الإناث لا يكترثن بالشأن السياسي، على الأقل من خلال متابعتهن لنشرات الأخبار، فقد اتضح سابقا أن الإناث يتابعن نشرات الأخبار بنسبة أقل من الرجال وذلك لما سبق هنا، إضافة إلى ما هو متعارف عليه من أن النساء يبدين أقل حماساً بشكل عام لمتابعة نشرات الأخبار من الرجال.

جدول رقم (2-25) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	370	23.5	216	13.7	586	18.6
أشاهدها أحياناً	515	32.7	369	23.4	884	28.1
أشاهدها نادراً	374	23.7	452	28.7	826	26.2
لا أشاهدها	295	18.7	521	33.1	816	25.9
غير مبين	21	1.3	17	1.1	38	1.2
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 135,719 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-25) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الجنس



مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-26) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية السياسية «أشاهدها» ممن تقع أعمارهـم بين 25-29 سنة بلغت 25.1٪ بفارق واضح أو كبير جداً مع الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج ممن أعمارهم بين 20-24 سنة 18.1٪ مسجلة هذه الفئة فارقاً واضحاً أيضا بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19سنة، الذين بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج منهم «أشاهدها» 12.6٪ . أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأكبر 33.7٪ بفارق بسيط عن الفئة العمرية الوسطى التي بلغت نسبتها 28.5٪ وفارقاً كبيراً جداً عن الفئة العمرية الأصغر التي بلغت نسبتها 22.0٪. وقد انعكست هذه النتائج على من قالوا «أشاهدها نادراً» أو الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لاأشاهدها»؛ حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئات العمرية الأصغر في حين تقل النسبة لدى الفئة العمرية الأكبر سناً.

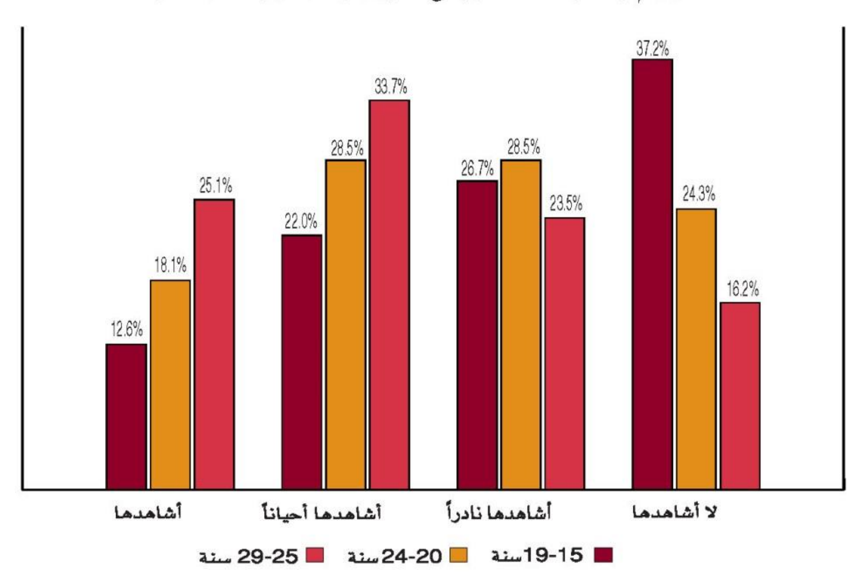
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً في عملية متابعة البرامج السياسية، حيث يوجد اتساقٌ في النتائج، بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر سناً، وتليها الوسطى، ثم الأصغر في عملية متابعة تلك البرامج. ويبدو ذلك أمراً منطقياً كما في حالة متابعة برامج نشرات الأخبار، حيث تعد الموضوعات والقضايا السياسية من الأمور النخبوية، التي تحتاج المشاركة فيها إلى كثير من الاهتمام الشخصي أولاً، ثم المعرفة والاطلاع والفهم والإدراك لكثير من المتغيرات المحلية والعالمية، وهذه الأمور كلها كما يبدو من خصائص الأكبر سناً ثم الذين هم دونهم، وهكذا. وعلى أية حال، فإن النتائج هنا تؤكد أن الفئة العمرية الأكبر سناً هي الفئة الأكثر متابعة للبرامج الحوارية السياسية.

جدول رقم (2-26) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أشاهدها	132	12.6	190	18.1	264	25.1	586	18.6
أشاهدها أحياناً	231	22.0	299	28.5	354	33.7	884	28.1
أشاهدها نادراً	280	26.7	299	28.5	247	23.5	826	26.2
لا أشاهدها	391	37.2	255	24.3	170	16.2	816	25.9
غير مبين	16	1.5	7	0.7	15	1.4	38	1.2
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 39,443 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-26) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب العمر



مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-27) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية السياسية «أشاهدها» من المتزوجين بلغت 24.2٪ بفارقٍ واضحٍ في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 16.6٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم 32.3٪ للمتزوجين و 26.5٪ لغير المتزوجين. كما بلغت نسبة من

هم في فئة «أشاهدها نادراً» من المتزوجين 24.8٪ في مقابل 26.7٪ من غير المتزوجين. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 17.6٪ بفارق كبير جداً مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 29.0٪.

وتشير هذه النتائج إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة البرامج الحوارية السياسية، حيث يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين، مما يعد أمرا تكامليا مع ما سبق من نتائج، وبخاصة تلك المتعلقة بالعمر. يضاف إلى ذلك أن غير المتزوجين ربما كانوا مرتبطين بأشياء أخرى لم تعد تشغل المتزوجين، كما أن المتزوجين يبدون أكثر استقراراً في المنزل في مقابل غير المتزوجين.

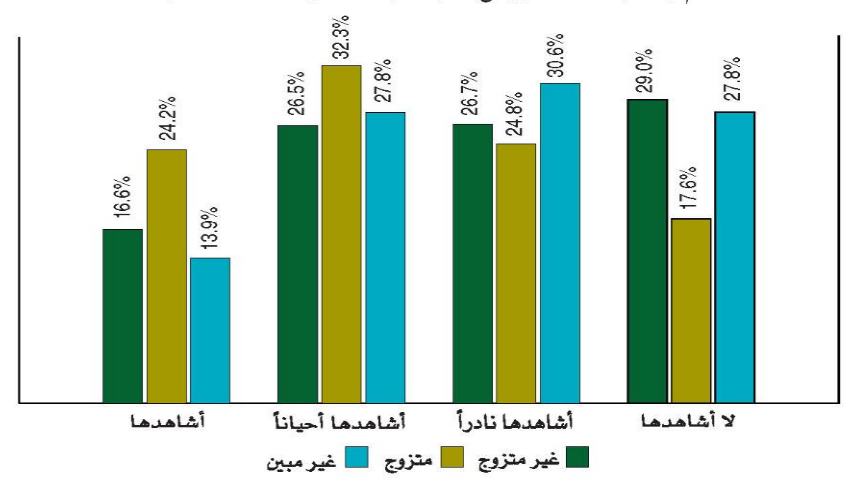
ويمكن أن يكون من الأسباب التي أدت إلى ارتفاع نسبة المتزوجين في مقابل غير المتزوجين في هذه النتيجة (إضافة لمتغير العمر وهو الأهم هنا) أن متابعة البرامج التلفزيونية التي يمكن أن توصف بأنها (برامج جادة) على نحو البرامج السياسية؛ تعد من بين البرامج التي تتم متابعتها بشكل أسري أو عائلي وبخاصة من قبل الأكبر سناً في الأسر، وفي مقدمة ذلك الزوجان، حيث تشير بعض الدراسات المعنية بهذا الشأن إلى أن المتابعة الأسرية للبرامج الجادة تتيح مجالا للحوار والنقاش داخل الأسرة الواحدة. وتقود هذه البيئة (النشطة) للمشاهدة إلى تحديد كثير من الآراء ووجهات النظر حول القضايا والموضوعات التي تتم مشاهدتها، وفي حال البرامج السياسية، فإن مشاهدة المتزوجين لها بشكل أكبر من غيرهم مؤشر على أن كثيرا من مكونات الرأي العام المتشكل داخل الأسر يتم عبر قنوات عدة، من بينها: مشاهدة تلك البرامج وإثارة الحوار والنقاش حول مضامينها وأشكالها.

جدول رقم (2-27) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	377	16.6	204	24.2	5	13.9	586	18.6
أشاهدها أحياناً	602	26.5	272	32.3	10	27.8	884	28.1
أشاهدها نادراً	606	26.7	209	24.8	11	30.6	826	26.2
لا أشاهدها	658	29.0	148	17.6	10	27.8	816	25.9
غير مبين	29	1.3	9	1.1	-	-	38	1.2
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 57,889 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-27) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المهنة

يوضح الجدول (2-28) ارتفاع نسبة من يشاهدون البرامج الحوارية السياسية «أشاهدها» بين الموظفين العسكريين لتصل إلى 29.7٪، في مقابل الموظفين المدنيين الذين بلغت نسبتهم 27.1٪، وموظفي القطاع الخاص ونسبتهم 26.3٪، يلي ذلك الطلاب بنسبة 15.6٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 14.4٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 13.9٪. أما في حال «أشاهدها أحياناً» فتقدم الموظفون العسكريون أيضاً بنسبة 47.3٪، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 35.2٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 29.6٪، والذين لا يعملون بنسبة 29.2٪، والطلاب بنسبة 25.1٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 21.2٪. أما الذين قالوا «أشاهدها نادراً» فبلغت نسبتهم لدى ربات المنازل 33.6٪، يليهن موظفو القطاع الخاص بنسبة 28.0٪، ثم الطلاب بنسبة 27.4٪ والذين لايعملون بنسبة 26.2٪، والموظفون المدنيون بنسبة 22.3٪، وأخيراً الموظفون العسكريون بنسبة 13.2٪. وارتفعت نسبة الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية السياسية من الطلاب لتصل إلى 30.7٪، وكذلك لدى ربات المنازل لتصل إلى 31.4٪ والذين لا يعملون بنسبة 29.2٪، لتبدأ في الانخفاض لدى موظفي القطاع الخاص؛ حيث بلغت 14.5٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 13.7٪، والموظفون العسكريون بنسبة 9.9٪.

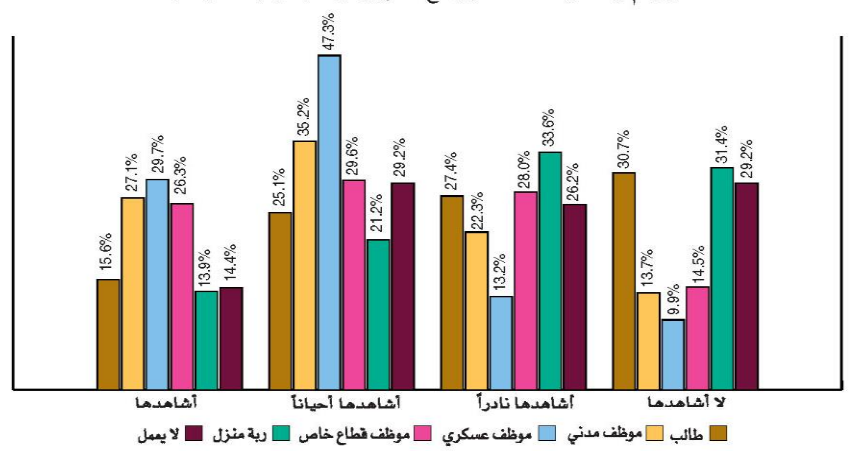
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن المعنيين بالشأن الرسمي يتقدمون غيرهم من أصحاب المهن الأخرى، حيث يتقدم الموظفون العسكريون والمدنيون وموظفو القطاع الخاص، على الطلاب وربات المنازل والذين لا يعملون. ويدل ذلك على أن متابعة البرامج السياسية يمكن أن تفهم في إطار الاستخدام الوظيفي لبرامج التلفزيون، حيث إن الموظفين بشكل عام والعسكريين بشكل خاص؛ هم أكثر أصحاب المهن المجتمعية علاقة بالشأن السياسي، ومن المتوقع أن ترتفع متابعتهم ويزيد اهتمامهم بمصادر المعرفة السياسية ومن بينها البرامج السياسية، كما أن لذلك علاقة بالمستوى التعليمي والعمر اللذين أكدت النتائج علاقتهما الايجابية بمتابعة برامج نشرات الأخبار.

جدول رقم (2-28) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	292	15.6	148	27.1	27	29.7	49	26.3	19	13.9	39	14.4	11	20.8	585	18.6
أشاهدها أحياناً	468	25.1	192	35.2	43	47.3	55	29.6	29	21.2	79	29.2	18	34.0	884	28.1
أشاهدها نادراً	511	27.4	122	22.3	12	13.2	52	28.0	46	33.6	71	26.2	13	24.5	827	26.3
لا أشاهدها	573	30.7	75	13.7	9	9.9	27	14.5	43	31.4	79	29.2	8	15.1	814	25.8
غير مبين	22	1.2	9	1.6	-	-	3	1.6	-	-	3	1.1	3	5.7	40	1.3
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 173,693 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-28) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المهنة



مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-29) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية السياسية «أشاهدها»، بلغت لدى الحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا 25.2٪، ولدى حملة الشهادة الثانوية العامة 19.7٪، و 17.4٪ حملة الشهادة الابتدائية، و 13.7٪ حملة الشهادة المتوسطة، أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا 33.5٪، يليهم الثانوية العامة بنسبة 28.6٪، و 25.0٪ للمتوسطة، و 21.2٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» فتراوحت نسبهم بين 22.9٪ للبكالوريوس والدراسات العليا، و 28.1٪ لحملة الشهادة الثانوية العامة. كما سجلت النتائج تبايناً في نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» حيث بلغت 34.1٪ لدى الحاصلين على الابتدائية، و 33.7٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة، و 22.9٪ للثانوية العامة، و 17.0٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا.

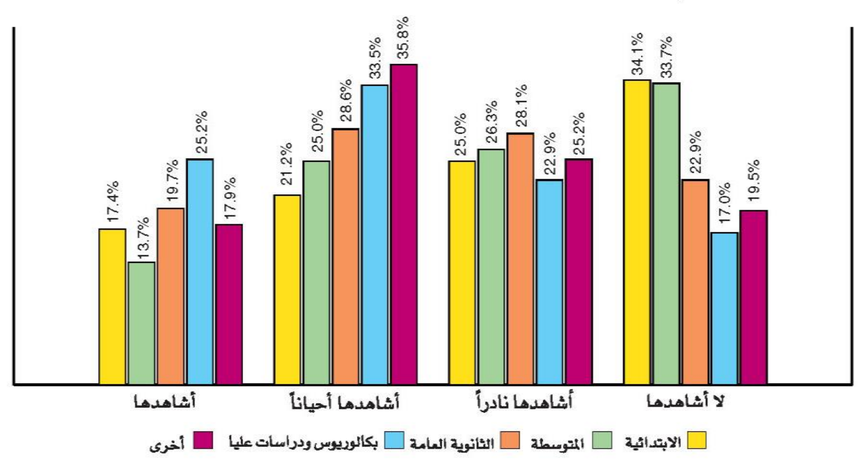
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن أصحاب المؤهلات الدراسية الأعلى هم الأكثر متابعة للبرامج الحوارية السياسية، وهي نتيجة تتفق مع طبيعة تلك البرامج التي تحتاج إلى مستوى متقدم من التأهيل يساعد على فهم القضايا والموضوعات المثارة، والتي تعود غالباً إلى جملة من المرجعيات المعرفية العامة، التي قد لا يتمكن منها الأقل تأهيلا ، وبخاصة من هم دون المرحلة الجامعية. وقد يفسَّر الارتفاع النسبي لدى الحاصلين على الشهادة الابتدائية من أفراد العينة ممن يتابعون تلك البرامج، أن عددا من الوظائف العسكرية يُكتفى للالتحاق بها بمؤهل المرحلة الابتدائية مع إعطاء دورات وبرامج متخصصة في الشأن العسكري، وما يدفع للإشارة إلى أن نسبة العسكريين ممن يتابعون تلك البرامج قد جاءت هي الأكبر عند فحص النتائج المتعلقة بمتغير المهنة (جدول 2-28).

جدول رقم (2-29) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اشاهدها	46	17.4	139	13.7	215	19.7	154	25.2	22	17.9	9	20.9	585	18.6
اشاهدها أحياناً	56	21.2	254	25.0	212	28.6	205	33.5	44	35.8	13	30.2	884	28.1
اشاهدها نادراً	66	25.0	267	26.3	307	28.1	140	22.9	31	25.2	16	37.2	827	26.3
لا اشاهدها	90	34.1	342	33.7	250	22.9	104	17.0	24	19.5	4	9.3	814	25.8
غير مبين	6	2.3	14	1.4	8	0.7	9	1.5	2	1.6	1	2.3	40	1.3
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 116,815 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-29) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المستوى التعليمي



مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-30) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية السياسية «أشاهدها» في المنطقة الشرقية تبلغ 25.1٪، يليها بقية المناطق بنسب تتراوح بين 16.0٪ و 17.9٪. وبالنسبة للذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الشرقية 30.8٪، يليهم المنطقة الجنوبية بنسبة 29.8٪، ثم المنطقة الشمالية بنسبة 27.0٪، والوسطى بنسبة 26.5٪، وأخيراً المنطقة الغربية بنسبة 26.2٪.

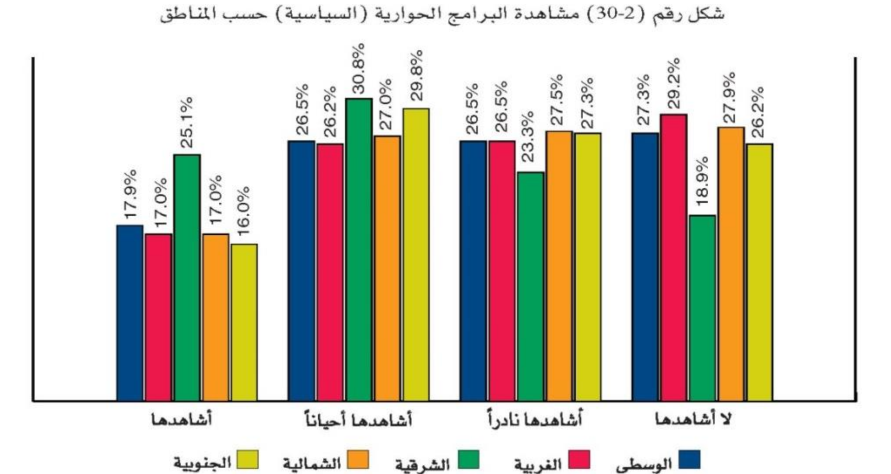
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن المنطقة الشرقية قد سجلت فارقاً واضحاً عن مناطق أخرى في مدى متابعة أفراد العينة للبرامج الحوارية السياسية. ومن المتوقع أن هذه الفوارق تعود لما ذكرناه سابقاً حول الخبرات المعرفية التراكمية لدى سكان المنطقة الشرقية مقارنة بالمناطق الأخرى، وهو الأمر الذي أدى إلى أن تأتي مشاهدة تلك البرامج في بقية المناطق بدرجات متقاربة.

جدول رقم (2-30) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	113	17.9	107	17.0	158	25.1	107	17.0	101	16.0	586	18.6
أشاهدها أحياناً	167	26.5	165	26.2	194	30.8	170	27.0	188	29.8	884	28.1
أشاهدها نادراً	167	26.5	167	26.5	147	23.3	173	27.5	172	27.3	826	26.2
لا أشاهدها	172	27.3	184	29.2	119	18.9	176	27.9	165	26.2	816	25.9
غير مبين	11	1.7	7	1.1	12	1.9	4	0.6	4	0.6	38	1.2
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 45,976 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-30) مشاهدة البرامج الحوارية (السياسية) حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح من نتائج الدراسة هنا، أن نسبة الذين يتابعون البرامج الحوارية السياسية ممن أجابوا بـ «أشاهدها أحياناً» بلغت 28.1٪، مسجلين بذلك فرقاً واضحاً عن الذين يتابعون تلك البرامج الحوارية السياسية «أشاهدها»، حيث بلغت نسبتهم 18.6٪، كما بلغت نسبة الذين هم في فئة «أشاهدها نادراً» 26.2٪. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فبلغت نسبتهم 25.9٪.

وعند النظر إلى هذه النتائج في ضوء الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، اتضح أن معظم تلك الخصائص تؤثر بشكل عام على درجة مشاهدة أفراد العينة للبرامج الحوارية السياسية. فقد تقدم الذكور على الإناث بفارق كبير جداً، وتم تعليل ذلك بعدة أمور، من أهمها: أن الشأن السياسي بشكل عام يعد شأنا ذكوريا في المجتمع السعودي أكثر منه مجالا ترده الإناث، وبالتالي ارتفعت نسبة الذكور الذين يتابعون تلك البرامج.

وقد اتضح أن متابعة البرامج الحوارية تعد متابعة قليلة مقارنة بنوعية أخرى من البرامج على نحو البرامج الدينية أو الأخبار والأحداث السياسية، أو البرامج الرياضية، وقد يفهم من ذلك عدم ترسخ ثقافة الحوار لدى فئة الشباب، وعدم تفاعلهم مع هذا النوع من البرامج بالقدر الذي تستحقه؛ لما لها من انعكاسات على الأبعاد الثقافية الاجتماعية للشباب، وهو الأمر الذي يلقي على وسائل الإعلام أهمية القيام برسالة مهمة جداً في مجال دعم ثقافة الحوار لدى الشباب.

كما تؤكد هذه النتائج أهمية دعم ثقافة الحوار لدى الشباب من خلال العديد من البرامج والفعاليات الثقافية في مؤسسات التربية والتعليم بشكل خاص.

من جانب آخر وفي ضوء الانخفاض العام لمتابعة هذه النوعية من البرامج، تقدمت الفئات العمرية الأكبر سناً على الفئات

الأخرى في مدى المشاهدة، مما يشير بوضوح إلى أن متابعة البرامج الحوارية السياسية تعد من الأمور التي تحتاج مزيدا من الخبرات والمعارف العامة والاطلاع على الشأن العام، وهو الأمر الذي سيكون متاحا بشكل أكبر لمن هم أكبر سناً، بشكل عام. وفي اتساق مع هذه النتيجة تقدم أصحاب المؤهلات الدراسية الأعلى على من سواهم، وهو ما يؤكد وجود ارتباط بين متابعة البرامج الحوارية السياسية ومستوى التحصيل العلمي.

كما تقدم الموظفون العسكريون والمدنيون وموظفو القطاع الخاص على أصحاب المهن الأخرى في متابعة هذه البرامج، مما يدل على أن متابعة البرامج الحوارية (السياسية) يمكن أن تفهم في إطار الاستخدام الوظيفي لبرامج التلفزيون؛ فالموظفون هم أكثر المهن علاقة بالشأن السياسي، وبالتالي من المتوقع أن ترتفع نسبة متابعتهم لمصادر المعرفة السياسية. وقد بدا المتزوجون أكثر مشاهدة للبرامج الحوارية السياسية من غير المتزوجين، وفي ذلك إشارات مهمة، من أهمها: أن هذا التلازم دليل على أهمية متغير المرحلة العمرية من جانب، حيث يعد المتزوجون أكبر سناً من غير المتزوجين بشكل عام، ومن جانب آخر يعد مؤشراً على أن متابعة هذه البرامج قد تتم بشكل واسع في المنازل وفي بيئة أسرية، مما يتيح مجالا للحوار والنقاش الأسري حول مضامين تلك البرامج، وبالتالي تكوّن رأي عام وفق هذه الخبرات المعرفية التي تتم مناقشتها، وهو مؤشر مهم على واحدة من البيئات الأكثر فعالية لتشكل الرأي العام في المجتمع. غير أن هذه النتيجة لا تنفي إمكانية أن تكون المشاهدة خارج الإطار الأسري بالنسبة للمتزوجين، حيث يعتاد السعوديون متابعة مثل هذه البرامج مع الأقران وزملاء العمل في أماكن خاصة بهم؛ سواء داخل المنازل أو خارجها في الاستراحات والمخيمات، ونحو ذلك. وتقدمت من جانب آخر المنطقة الشرقية عن بقية المناطق، وبفارق ملحوظ، لتأتي بعدها المناطق الأخرى بفوارق متقاربة. وقد فُسر ذلك في إطار ما تتمتع به المنطقة الشرقية من خبرات تراكمية في مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة، يفوق خبرات بقية المناطق، وهو الأمر الذي تمت الإشارة إليه في أكثر من موضع سابق.

سادساً: مشاهدة البرامج الثقافية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم للبرامج الثقافية، وفيما إذا كانت إجابة العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-31 إلى 2-36) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة البرامج الثقافية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-31) أن نسبة من يشاهدن البرامج الثقافية من الإناث «أشاهدها» بلغت نسبتهن 30.0٪ في مقابل الذكور الذين بلغت نسبتهم 26.2٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 40.3٪، في حين بلغت لدى الإناث 37.2٪. وبلغت نسبة الذين هم في فئة «أشاهدها نادراً» من الذكور 22.7٪ في مقابل 19.9٪ للإناث.

ويشير الجدول إجمالاً إلى تقدم الإناث على الذكور في مشاهدة البرامج الثقافية. وقد يبدو ذلك طبيعياً في المجتمع السعودي، حيث يتاح المجال الثقافي للمرأة وبخاصة عبر وسائل الاتصال والإعلام أكثر من أي مجال آخر قد تحتاج المرأة الاهتمام به والمشاركة فيه على نحو الاقتصاد أو الرياضة وغيرهما، التي يتقدم الرجال عادة فيها، وهو الأمر الذي يمكن فهمه في إطار المعرفة بالواقع الثقافي العام في المجتمع السعودي، حيث تتاح فرص التعليم لكل من الذكور والإناث، بمستويات متقاربة؛ وبخاصة في التخصصات ذات العلاقة بالشأن الثقافي، كما يحظى الجنسان بفرص ثقافية متقاربة لا تخلو من التباين أحياناً بحسب مجالاتها. فالبرامج الدعوية العامة متاحة للجنسين، واللقاءات المدرسية العامة إذا أتيحت فهي متاحة للجنسين، وهناك عدد من الصحف والمجلات العامة، وكذلك الخاصة بشؤون كل جنس. كما تقدّم بعض المؤسسات العامة نشاطات ثقافية مخصصة للرجال وأخرى للنساء. وإن لم تكن تلك النشاطات متكافئة. وتراجع الذكور لتأتي نسبتهم أكبر في حال المشاهدة «أحياناً» و«نادراً»، وهو الأمر الذي يمكن أن يربط بفرص اتصالية وثقافية أخرى يحتل الرجل فيها المكانة الأهم ويشارك فيها بفعالية، على نحو: الأندية الأدبية، والثقافية، وبرامج التلفزيون، والمنتديات العامة المفتوحة. ومن خلال تصور هذه البيئة الثقافية يمكن فهم التنافس بين نسب كل من الذكور والإناث عند

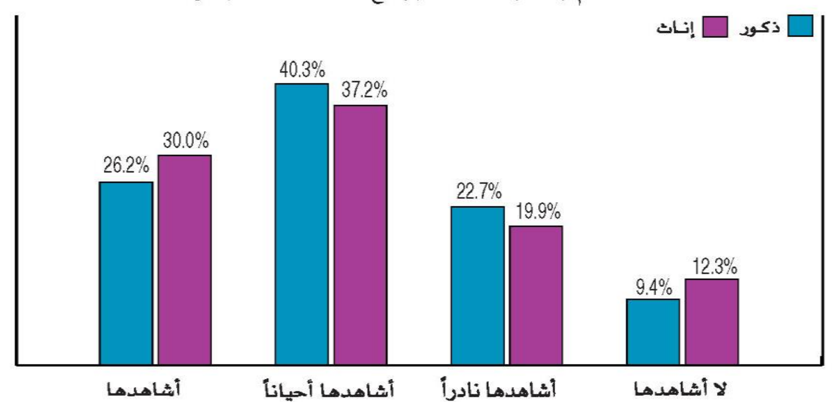
متابعة البرامج الثقافية، حيث يعد الشأن الثقافي عموما شأناً مجتمعياً يشترك فيه الرجل والمرأة بمستويات متقاربة إلى حد ما، مع بعض الاستثناءات التي أشير إلى نماذج منها لصالح الرجل. غير أن وفرة الخيارات الثقافية المتاحة للرجل في المجتمع (في مقابل المرأة السعودية طبعاً) قد جعلت ربما الإناث يبدين أكثر حرصاً على استغلال البرامج الثقافية ومشاهدتها بمعدلات تفوق الرجال عند من أجابوا بـ«أشاهدها»، ويشير ذلك بوضوح إلى أن البرامج الثقافية تعد بيئة ملائمة لتوجه الرسائل المجتمعية للمرأة.

جدول رقم (2-31) مشاهدة البرامج الثقافية حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	412	26.2	472	30.0	884	28.1
أشاهدها أحياناً	635	40.3	586	37.2	1221	38.8
أشاهدها نادراً	358	22.7	314	19.9	672	21.3
لا أشاهدها	148	9.4	193	12.3	341	10.8
غير مبين	22	1.4	10	0.6	32	1.0
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 19,774 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-31) مشاهدة البرامج الثقافية حسب الجنس



مشاهدة البرامج الثقافية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-32) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الثقافية «أشاهدها» ممن تقع أعمارهم بين 25-29سنة بلغت 34.1٪ بفارق واضح أو كبير جداً عن الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج ممن أعمارهم بين 20-24 سنة 26.5٪ مسجلة هذه الفئة فارقاً طفيفاً بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19 سنة الذين بلغت نسبة من يشاهدون تلك البرامج منهم «أشاهدها» 23.6٪. أما الذين يشاهدون تلك

البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم في الفئة العمرية الأكبر سناً 41.8٪، مسجلة فرقاً طفيفاً مع الفئة العمرية الوسطى التي بلغت نسبتها 39.0٪، وفرقاً واضحاً مع الفئة العمرية الأصغر التي بلغت نسبتها 35.5٪. وقد انعكست هذه النتائج على من قالوا «أشاهدها نادراً» أو الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئة العمرية الأصغر في حين تقل النسبة لدى الفئات العمرية الأكبر سناً.

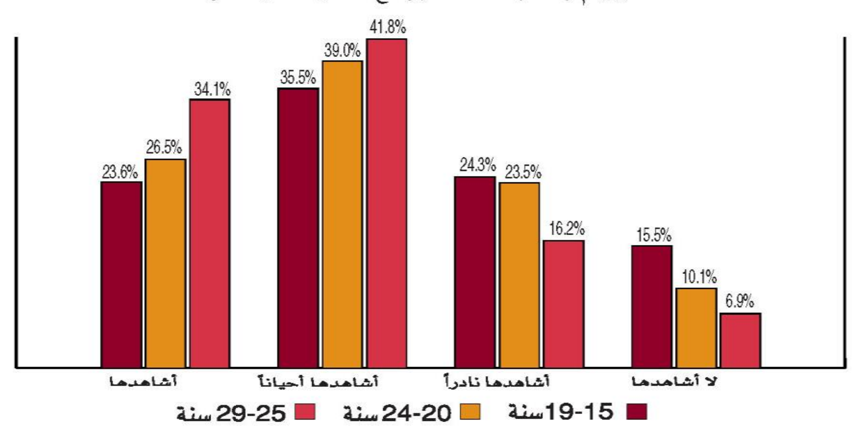
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة البرامج الثقافية، حيث يبدو أن هناك اتساقاً في النتائج؛ بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر سناً، وتليها الوسطى، ثم الأصغر في عملية متابعة تلك البرامج. ويبدو أن ذلك مرتبط بطبيعة الموضوعات والقضايا الثقافية التي يعنى بها عادة الأكبر سناً، حيث تعد الموضوعات الثقافية موضوعات نخبوية بشكل عام، سيما إذا تم طرح الثقافة والشأن الثقافي للحوار والمناقشة، وتمت إثارة جدليات الثقافة الإنسانية. وسيتضح لاحقا أن هذه الحقيقة قد انعكست على عدد من الخصائص؛ مثل: المستوى التعليمي والمهنة.

جدول رقم (2-32) مشاهدة البرامج الثقافية حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	248	23.6	278	26.5	358	34.1	884	28.1
أشاهدها أحياناً	373	35.5	409	39.0	439	41.8	1221	38.8
أشاهدها نادراً	255	24.3	247	23.5	170	16.2	672	21.3
لا أشاهدها	163	15.5	106	10.1	72	6.9	341	10.8
غير مبين	11	1.0	10	1.0	11	1.0	32	1.0
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 84,863 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-32) مشاهدة البرامج الثقافية حسب العمر



مشاهدة البرامج الثقافية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-33) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الثقافية «أشاهدها» من المتزوجين؛ بلغت 34.2٪ بفارقٍ كبير جداً في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 25.9٪ . أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم 41.0٪ للمتزوجين، و 38.0٪ لغير المتزوجين. وقد انعكست هذه النتائج على من هم في فئة «أشاهدها نادراً» أو لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ حيث تصل نسبة «أشاهدها نادراً» من المتزوجين 16.9٪ في مقابل 22.7٪ من غير المتزوجين. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 7.0٪ بفارق واضح عن غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 12.3٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً في مدى متابعة البرامج الثقافية، حيث يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين في إشارة واضحة إلى أن مشاهدة البرامج الثقافية مرتبطة بمتغيرات كثيرة؛ منها: العمر، فالمتزوجون أكبر سناً من غيرهم بشكل عام، والمستوى التعليمي؛ حيث إن المتزوجين لا يشملون طلاب الثانوية العامة وطلاب الجامعات في الغالب، غير أنه يصح القول هنا مثلما قيل عند متابعة المتزوجين للبرامج الحوارية السياسية، من حيث إمكانية أن تكون البيئة الأسرية بيئة مناسبة لمشاهدة هذه البرامج، مع ما ينتج عن عملية المشاهدة تلك من تفاعلات تتم على هيئة حوارات ومناقشات تقود إلى التأثير على تشكل الرأي العام داخل الأسرة نحو القضايا والموضوعات الثقافية، وفي الإطار نفسه قد تتم مشاهدة المتزوجين لتلك البرامج مع مجموعة الأقران والزملاء سواء في المنازل أو خارجها.

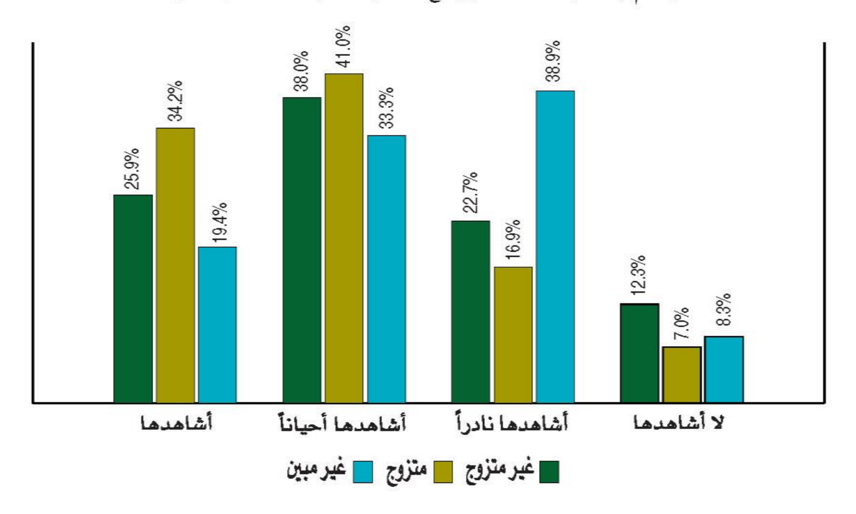
يضاف إلى ذلك أن غير المتزوجين ربما كانوا مرتبطين بأشياء أخرى لم تعد تشغل المتزوجين، كما أن المتزوجين يبدون أكثر استقراراً في المنزل في مقابل غير المتزوجين.

جدول رقم (2-33) مشاهدة البرامج الثقافية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	589	25.9	288	34.2	7	19.4	884	28.1
أشاهدها أحياناً	864	38.0	345	41.0	12	33.3	1221	38.8
أشاهدها نادراً	516	22.7	142	16.9	14	38.9	672	21.3
لا أشاهدها	279	12.3	59	7.0	3	8.3	341	10.8
غير مبين	24	1.1	8	1.0	-	-	32	1.0
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 48,395 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-33) مشاهدة البرامج الثقافية حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة البرامج الثقافية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-34) أن نسبة من يشاهدون البرامج الثقافية «أشاهدها» بلغ 34.9٪ بين موظفي القطاع الخاص، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 34.4٪، ثم الموظفون العسكريون بنسبة 29.7٪، والذين لايعملون بنسبة 26.9٪، والطلاب بنسبة 25.6٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 23.4٪. وفي حال المشاهدة أحياناً «أشاهدها أحياناً» يتقدم الموظفون العسكريون بنسبة 49.5٪، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 45.6٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 39.9٪، والطلاب بنسبة 36.9٪ ، وموظفو القطاع الخاص بنسبة 35.5٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 31.4٪. وانحصرت نسبة الذين يشاهـدون تلك البرامـج «أشاهدها نـادراً» بين 15.0٪ للموظفين المدنيين، و26.3٪ لربات المنازل. أما الذين لا يتابعون هذه البرامج «لا أشاهدها» فتدنت نسبتهـم لتنحصر بين 3.3٪ للموظفين العسكريين، و 13.1٪ للطلاب.

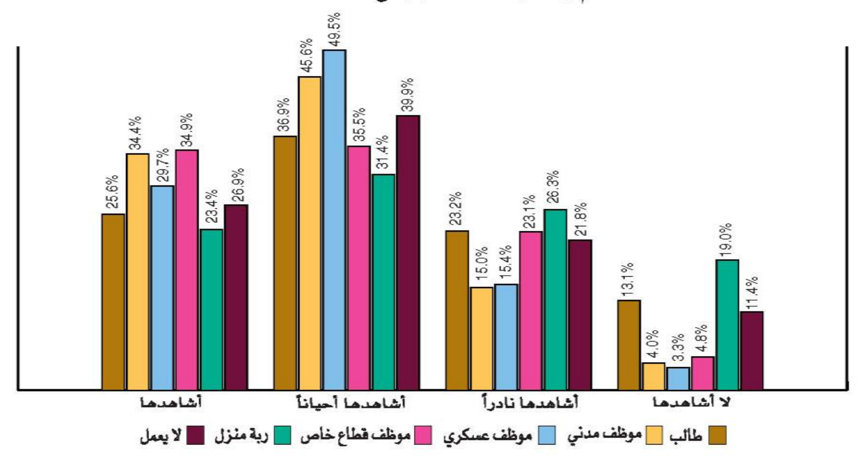
ويشير الجدول إجمالاً إلى التقارب الكبير بين فئات الموظفين في مشاهدة البرامج الثقافية؛ سواء منهم موظفو القطاع الخاص، أو المدنيون، أو العسكريون، حيث يمكن اعتبار هذه الفئات من الفئات النخبوية في المجتمع، وهي أيضا الأكبر سناً، وغالباً الأعلى تحصيلاً علمياً، وبذلك ساغ أن تكون مشاهدة هذه الفئات للبرامج الثقافية أعلى من الطلاب مثلا أو من ربات المنازل، أو من الذين لا يعملون. يضاف إلى ذلك، أن البرامج الثقافية تعد ذات علاقة بقضايا وموضوعات يحتاجها ويتفاعل معها الموظفون بشكل عام أكثر من الفئات المهنية الأخرى، وبالتالي فمن المتوقع أن يكون لمضامين هذه البرامج دور ما في عملية التفاعل المستمرة بين الموظفين والبرامج ذاتها، وما ينتج عن ذلك من تكون الآراء والسلوكيات الثقافية للناس. كما تؤكد هذه النتيجة من جانب آخر أهمية مراعاة حقيقة أن جمهور البرامج الثقافية يتكون من فئات مجتمعية؛ من أهمها: النخب المجتمعية في فئة الشباب، ولذا فمن المهم مراعاة جانبين: الأول، توظيف هذه البرامج للمصلحة الوطنية، والثاني، أن يكون هذا التوظيف متقدماً جداً شكلاً ومضموناً.

جدول رقم (2-34) مشاهدة البرامج الثقافية حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	478	25.6	188	34.4	27	29.7	65	34.9	32	23.4	73	26.9	19	35.8	882	28.0
أشاهدها أحياناً	688	36.9	249	45.6	45	49.5	66	35.5	43	31.4	108	39.9	18	34.0	1217	38.6
أشاهدها نادراً	433	23.2	82	15.0	14	15.4	43	23.1	36	26.3	59	21.8	7	13.2	674	21.4
لا أشاهدها	245	13.1	22	4.0	3	3.3	9	4.8	26	19.0	31	11.4	8	15.1	344	10.9
غير مبين	22	1.2	5	0.9	2	2.2	3	1.6	-	-	-	-	1	1.9	33	1.0
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 108,607 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-34) مشاهدة البرامج الثقافية حسب المهنة



مشاهدة البرامج الثقافية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-35) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الثقافية «أشاهدها» تبلغ 35.5٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا، و 27.6٪ للثانوية العامة، و 27.3٪ للابتدائية، و 23.3٪ للمتوسطة. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا 42.3٪، في مقابل 39.4٪ للثانوية العامة، و 36.2٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة، و 34.1٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية. وتراوحت نسبة الذين يشاهدون تلك البرامج بشكل قليل «أشاهدها نادراً» بين 16.8٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا، و 23.4٪ للمتوسطة. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فبلغت 4.6٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا، و9.5٪ للثانوية العامة، لترتفع نسبياً لدى الحاصلين على الشهادة المتوسطة 15.8٪، و 15.5٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية.

ويشير الجدول إجمالاً إلى الاتساق بين الاهتمام بالشأن الثقافي ومستوى التحصيل العلمي، حيث يتقدم أصحاب المؤهلات الأعلى على غيرهم من أفراد العينة في متابعة البرامج الثقافية، في دلالة واضحة على أن الاهتمام بهذه النوعية من البرامج إنما يتقدم لدى من هم حاصلون على تأهيل علمي ومعرفي عالٍ.

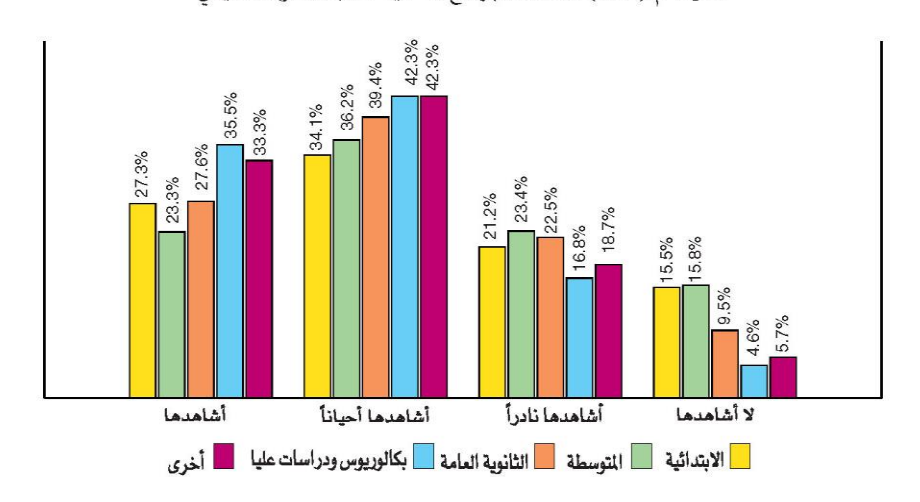
ويستثنى من ذلك تقدم حملة الشهادة الابتدائية على حملة الشهادة المتوسطة، وهو الأمر الذي يمكن تبريره بأن من بين الكبار سناً وبخاصة من الموظفين العسكريين من هم من بين حملة الشهادة الابتدائية، لكنهم يبدون اهتماماً بالبرامج الثقافية اتساقاً مع احتياجاتهم المعرفية ذات العلاقة ربما بالعمر الذي وصلوا إليه، وبالوظيفة المجتمعية التي يشغلونها، على الرغم من أنهم تعليمياً لا يحلمون أكثر من مؤهل المرحلة الابتدائية. وقد اتضح من النتائج المتعلقة بمشاهدة البرامج الثقافية بحسب المهنة أن الموظفين إجمالاً لا يتقدمون الفئات المهنية الأخرى.

جدول رقم (2-35) مشاهدة البرامج الثقافية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
اشاهدها	72	27.3	237	23.3	301	27.6	217	35.5	41	33.3	14	32.6	882	28.0
اشاهدها أحياناً	90	34.1	368	36.2	430	39.4	259	42.3	52	42.3	18	41.9	1217	38.6
اشاهدها نادراً	56	21.2	238	23.4	246	22.5	103	16.8	23	18.7	8	18.6	674	21.4
لا اشاهدها	41	15.5	161	15.8	104	9.5	28	4.6	7	5.7	3	7.0	344	10.9
غير مبين	5	1.9	12	1.2	11	1.0	5	0.8	-	-	-	-	33	1.0
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 96,676 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-35) مشاهدة البرامج الثقافية حسب المستوى التعليمي



مشاهدة البرامج الثقافية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-36) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الثقافية «أشاهدها» في المنطقة الشرقية تبلغ 33.2٪، يليهم المنطقة الغربية بنسبة 30.0٪، ثم المنطقة الوسطى بنسبة 26.3٪، فالمنطقة الجنوبية بنسبة 25.6٪، وأخيراً المنطقة الشمالية بنسبة 25.2٪، ويتضح من ذلك وجود فرق واضح بين المنطقة الشرقية وكل من المناطق الجنوبية والشمالية والوسطى، وطفيف بينها وبين المنطقة الغربية. وبالنسبة للذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الجنوبية 42.5٪، يليهم المنطقة الشمالية بنسبة 41.4٪، ثم المنطقة الوسطى بنسبة 38.3٪، والمنطقة الشرقية بنسبة 37.3٪، وأخيراً المنطقة الغربية بنسبة 34.3٪.

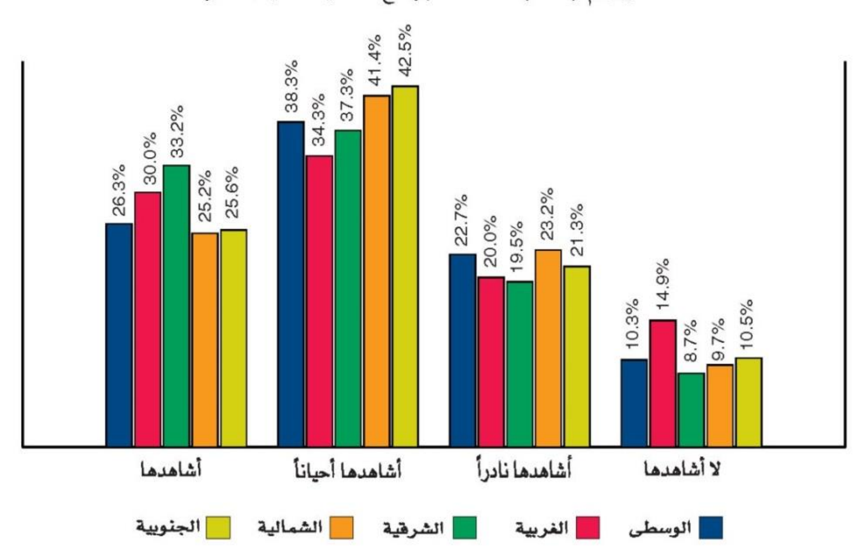
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن لمتغير المناطق علاقة طفيفة بمدى متابعة البرامج الثقافية، حيث تتقدم كل من المنطقة الشرقية والمنطقة الغربية على المناطق الأخرى في فئة «أشاهدها»، الأمر الذي غيّر تأثير المناطق على متابعة البرامج الثقافية في مقابل ما سبق من نتائج تخص متابعة البرامج الدينية، مثلا. فيبدو أنه ولأسباب ثقافية في المقام الأول تتقدم المنطقتان الشرقية والغربية على غيرهما من المناطق في مشاهدة تلك البرامج. ذلك أن البيئة الثقافية الغنية بالتراكم المعرفي ما بين المحلي والإقليمي والعالمي قد ساعد ربما على ارتفاع نسبتهما في مقابل المناطق الأخرى التي يبرز فيها المخزون الثقافي المحلي بشكل أوسع كثيراً.

جدول رقم (2-36) مشاهدة البرامج الثقافية حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	166	26.3	189	30.0	209	33.2	159	25.2	161	25.6	884	28.1
أشاهدها أحياناً	241	38.3	216	34.3	235	37.3	261	41.4	268	42.5	1221	38.8
أشاهدها نادراً	143	22.7	126	20.0	123	19.5	146	23.2	134	21.3	672	21.3
لا أشاهدها	65	10.3	94	14.9	55	8.7	61	9.7	66	10.5	341	10.8
غير مبين	15	2.4	5	0.8	8	1.3	3	0.5	1	0.2	32	1.0
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 55,608 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (2-36) مشاهدة البرامج الثقافية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح من النتائج أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يشاهدون البرامج الثقافية «أشاهدها أحياناً» بنسبة بلغت 38.8٪، مسجلة بذلك فارقاً واضحاً عن الذين يتابعون تلك البرامج الثقافية «أشاهدها»، حيث بلغت نسبتهم 28.1٪ ، وأخيراً الذين قالوا «أشاهدها نادراً» حيث بلغت نسبتهم 21.3٪. وقد انخفضت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» لتصل إلى 10.8٪.

وعند دراسة هذه النتائج في ضوء خصائص العينة، اتضح أن معظم تلك الخصائص تؤثر بشكل عام على مستوى متابعة أفراد العينة للبرامج الثقافية، كما اتضح تقدم نسبي للإناث في مقابل الذكور في متابعة البرامج الثقافية، حيث أمكن فهم ذلك في إطار المساحة الثقافية التي تبدو متاحة للإناث بشكل أكثر وأرحب منها في المجالات الأخرى كالاقتصاد والرياضة ونحوهما، مما تعد مشاركة المرأة فيها مشاركة لا تزال محدودة في المجتمع السعودي.

كما اتضح أن الفئات العمرية الأكبر سناً هي الفئات الأكثر متابعة لهذه البرامج. وفي اتساق مع ذلك يتقدم أصحاب المؤهلات الدراسية الأعلى على من هم دونهم في التأهيل، كما يتقدم الموظفون بشكل عام؛ سواء منهم موظفو القطاع الخاص، أو الموظفون المدنيون، أو العسكريون على أصحاب المهن الأخرى.

ويدل ذلك بشكل عام على أن متابعة البرامج الثقافية تعد سلوكا يهتم به المعنيون بالشأن المجتمعي العام أكثر من غيرهم.

وظهر من النتائج أيضا أن المتزوجين يتابعون البرامج الثقافية أكثر من غير المتزوجين، مما قد يشير إلى أن المنزل الأسري يمكن أن يكون واحدا من أهم البيئات الاتصالية التي يتم فيها التعرض للبرامج الثقافية، مع الأخذ بعين الاعتبار علاقة الحالة الاجتماعية بالمستوى التعليمي والعمر، وهما المتغيران المؤثران الأساسيان في الاهتمام بالشأن الثقافي. وعادت المنطقتان الشرقية والغربية هنا من جديد لتحتلان الصدارة في متابعة البرامج الثقافية مقارنة بالمناطق الأخرى بعد أن اضطرب دورهما في متابعة برامج أخرى سبقت على نحو البرامج السياسية، ونشرات الأخبار، ويعود الأمر في هذه الحالة كما يبدو للاعتبارات الثقافية المحلية والإقليمية والعالمية التي تتاح للمنطقتين المذكورتين في مقابل المناطق الأخرى.

وثمة خلاصة مهمة هنا تشير إلى أنه على الرغم من أهمية الإفادة من البرامج الثقافية في صياغة الواقع المجتمعي وبث الرسائل الوطنية المختلفة، ومخاطبة جميع فئات المجتمع، فإن المجتمع النسوي «الإناث» يبدو مجتمعاً مهنياً لاستهلاك هذا النوع من البرامج الإعلامية. ولذا قد يسوغ القول بضرورة الإفادة من البرامج الثقافية في مخاطبة المرأة في المجتمع السعودي.

سابعاً: مشاهدة البرامج الاقتصادية

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم للبرامج الاقتصادية، وفيما إذا كانت إجابة العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-37 إلى 2-42) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-37) أن نسبة من يشاهدون البرامج الاقتصادية من الذكور «أشاهدها» تبلغ 10.1٪ بفارق طفيف عن الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 7.9٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى الذكور 20.6٪، في حين بلغت هذه النسبة لدى الإناث 14.7٪. وقد انعكست هذه النسب المنخفضة بشكل عام على بقية فئات مدى الاطلاع؛ حيث بلغت نسبة الذين في فئة «أشاهدها نادراً» من الذكور 33.1٪ في مقابل 26.1٪ للإناث. وبلغت نسبة الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» 34.6٪ للذكور، في مقابل 50.3٪ للإناث.

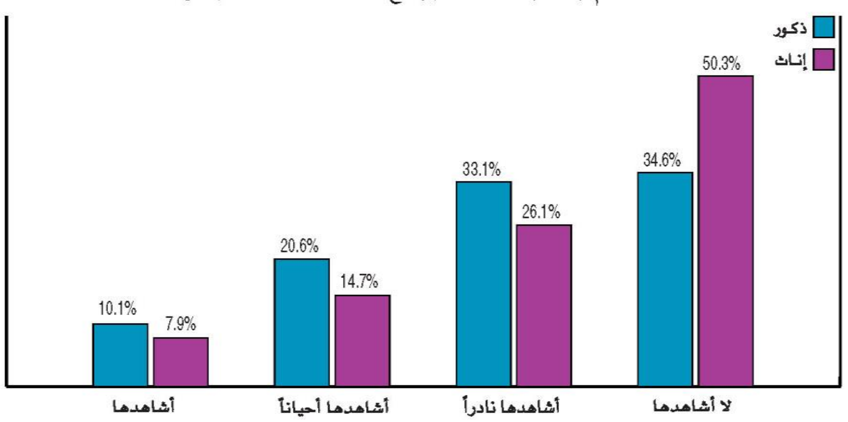
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن لمتغير الجنس علاقة بمدى متابعة البرامج الاقتصادية، حيث توضح الفروق بين الذكور والإناث تقدم الذكور على الإناث بشكل عام، ويلاحظ إجمالاً سواء في حالة «أشاهدها» أو «أشاهدها أحياناً» انخفاض النسبة العامة لمشاهدة هذه البرامج من قبل أفراد العينة، وعند مقارنة هذه النسبة المتدنية بالأهمية الكبرى للوضع الاقتصادي بالنسبة للشباب بشكل عام، فإن كثيراً من التساؤلات تظهر لتؤكد أن ثمة إشكالاً في طبيعة المواد البرامجية الاقتصادية، أو في البناء المعرفي الاقتصادي لدى الشباب، وفي كلتا الحالتين، فإن انعكاسات هذا الوضع على الشباب قد تكون وخيمة، الأمر الذي يتطلب بذلك مزيداً من الجهد لرفع مستوى التعرض للبرامج الاقتصادية، إما بتحسين مستواها الشكلي والموضوعي، أو برفع مستوى الوعي بالأهمية التي تمتلكها هذه البرامج في مواجهة كثير من المشكلات التي يتعرض لها الشباب، والتي سوف تتم دراستها وعرضها في فصول قادمة في هذه الدراسة.

جدول رقم (2-37) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	159	10.1	125	7.9	284	9.0
أشاهدها أحياناً	324	20.6	231	14.7	555	17.6
أشاهدها نادراً	521	33.1	411	26.1	932	29.6
لا أشاهدها	545	34.6	792	50.3	1337	42.4
غير مبين	26	1.7	16	1.0	42	1.3
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 80,354 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-37) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الجنس



مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-38) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الاقتصادية «أشاهدها» ممن تقع أعمارهم بين 25-29سنة بلغت 12.0٪ بفارق طفيف أو بسيط مع الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت نسبة من يتابعون تلك البرامج ممن أعمارهم بين 20-24سنة 9.1٪، مسجلة هذه الفئة فارقاً طفيفاً بينها وبين الفئة العمرية الأصغر 15-19سنة الذين بلغت نسبة من يشاهدون تلك البرامج منهم «أشاهدها» 5.9٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً»؛ فقد بلغت نسبتهم للفئة العمرية الأكبر 22.1٪ مسجلة فرقاً واضحاً مع الفئة العمرية الوسطى التي بلغت نسبتها 15.4٪، وكذلك مع الفئة الأصغر التي بلغت نسبتها 15.3٪. وقد انعكست هذه النتائج على من هم في فئة «أشاهدها نادراً» أو الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ حيث ترتفع النسبة في هاتين الحالتين لدى الفئة العمرية الأصغر، في حين تقل النسبة لدى الفئة العمرية الأكبر سناً.

وهنا يتضح أنه حتى الفئة العمرية الأكبر 25-29 سنة، تبدو ضعيفة الاهتمام بمتابعة البرامج الاقتصادية، الأمر الذي يؤكد ما تم ذكره آنفا حول ضرورة رفع الوعي بأهمية هذه البرامج من ناحية، ورفع المستوى المهني للبرامج الاقتصادية ربما للتجاوب مع احتياجات الشباب.

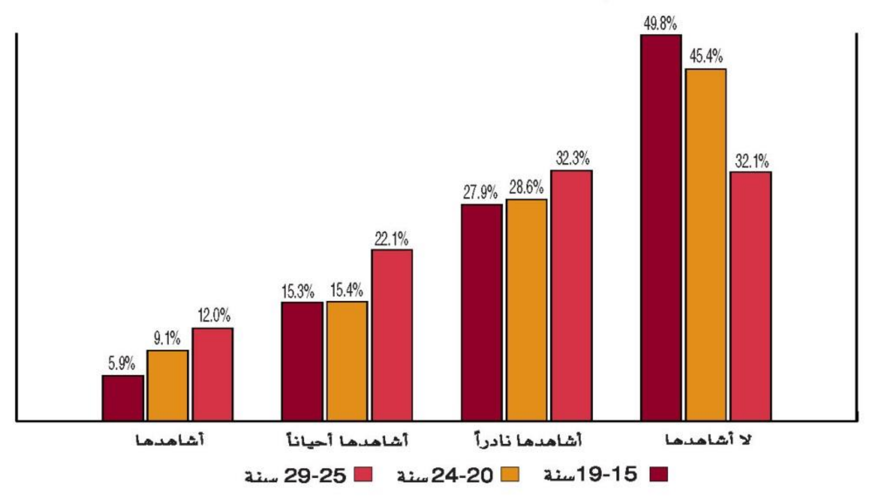
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير العمر يعد متغيراً مهماً إلى حد ما في عملية متابعة البرامج الاقتصادية، حيث يبدو أنه وعلى الرغم من الانخفاض الملحوظ في متابعة هذا النوع من البرامج بشكل عام؛ فإن هناك اتساقاً في النتائج، بحيث تتقدم الفئة العمرية الأكبر، وتليها الوسطى، ثم الأصغر في مدى متابعة تلك البرامج. ويبدو ذلك طبيعيا عند النظر إلى كون البرامج الاقتصادية تعد برامج نوعية وذات صبغة معرفية متقدمة تتسق مع الفئات العمرية الأكبر سناً، بشكل عام.

جدول رقم (2-38) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	62	5.9	96	9.1	126	12.0	284	9.0
أشاهدها أحياناً	161	15.3	162	15.4	232	22.1	555	17.6
أشاهدها نادراً	293	27.9	300	28.6	339	32.3	932	29.6
لا أشاهدها	523	49.8	477	45.4	337	32.1	1337	42.4
غير مبين	11	1.0	15	1.4	16	1.5	42	1.3
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 86,996 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-38) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب العمر



مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-39) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الاقتصادية «أشاهدها» من المتزوجين بلغت 11.0٪ بفارقٍ طفيف في مقابل غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 8.4٪. أما الذين يتابعون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فبلغت نسبتهم 22.6٪ للمتزوجين، و15.8٪ لغير المتزوجين. وقد انعكست هذه النتائج على من هم في فئة «أشاهدها نادراً» أو لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها»؛ حيث تصل نسبة من هم «أشاهدها نادراً» من المتزوجين 31.9٪، في مقابل 28.6٪ لغير المتزوجين. أما الذين لا يشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» فتبلغ نسبتهم لدى المتزوجين 33.4٪ بفارق كبير جداً مع غير المتزوجين الذين بلغت نسبتهم 45.7٪.

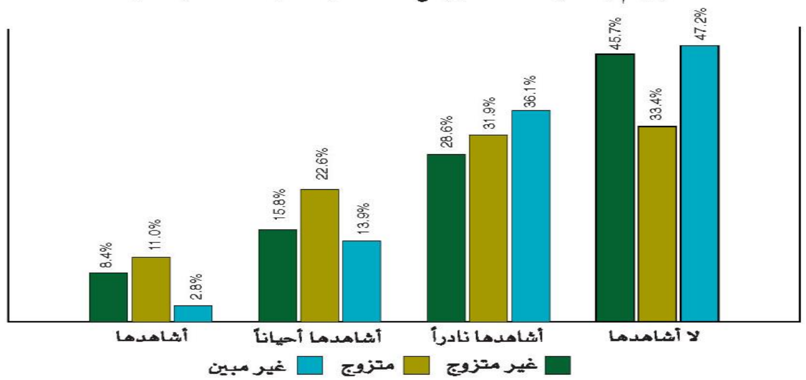
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً قليل الأهمية بالنسبة لمشاهدة أفراد العينة للبرامج الاقتصادية، مع تقدم المتزوجين على غير المتزوجين في جميع الحالات، مما يعطي دلالة على وجود ثمة فروق بين الفئتين وهو ما تؤكده قيمة مربع كاي، وقد يرتبط تقدم المتزوجين على غير المتزوجين باعتبارات أخرى غير متغير الحالة الاجتماعية، في مقدمتها متغيري: العمر، والمستوى التعليمي، حيث الأكبر سناً هم الأكثر متابعة للبرامج الاقتصادية كما ظهر في نتائج الجدول السابق.

جدول رقم (2-39) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	190	8.4	93	11.0	1	2.8	284	9.0
أشاهدها أحياناً	360	15.8	190	22.6	5	13.9	555	17.6
أشاهدها نادراً	650	28.6	269	31.9	13	36.1	932	29.6
لا أشاهدها	1039	45.7	281	33.4	17	47.2	1337	42.4
غير مبين	33	1.5	9	1.1	-	-	42	1.3
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 48,117 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-39) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب الحالة الاجتماعية



مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-40) أن نسبة موظفي القطاع الخاص الذين يشاهدون البرامج الاقتصادية «أشاهدها» بلغت 19.4٪، يليهم الذين لا يعملون بنسبة 10.3٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 9.5٪، ثم الطلاب بنسبة 7.8٪، والموظفون العسكريون بنسبة 7.7٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 5.1٪. أما في حال «أشاهدها أحياناً» فقد تقدم موظفو القطاع الخاص أيضا بنسبة 26.9٪، يليهم الموظفون العسكريون بنسبة 26.4٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 22.9٪، وربات المنازل بنسبة 16.1٪، والذين لا يعملون بنسبة 15.9٪، وأخيراً الطلاب بنسبة 15٪. ويبدأ الارتفاع النسبي لمن قال «أشاهدها نادراً»؛ حيث تبلغ نسبتهم لدى الموظفين المدنيين 36.4٪، يليهم الموظفون العسكريون بنسبة 35.2٪ ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 30.1٪، والطلاب بنسبة 28.4٪ وربات المنازل بنسبة 26.3٪، وأخيراً الذين لا يعملون بنسبة 24.7٪. وقد أدت هذه النتائج إلى الارتفاع النسبي للذين لا يشاهدون تلك البرامج حيث بلغت نسبتهم لدى ربات المنازل 51.1٪، يليهم الذين لا يعملون بنسبة 48.3٪، ثم الطلاب بنسبة 47.3٪، والموظفون المدنيون بنسبة 30.0٪، والموظفون العسكريون 29.7٪، وأخيراً موظفو القطاع الخاص بنسبة 21.5٪.

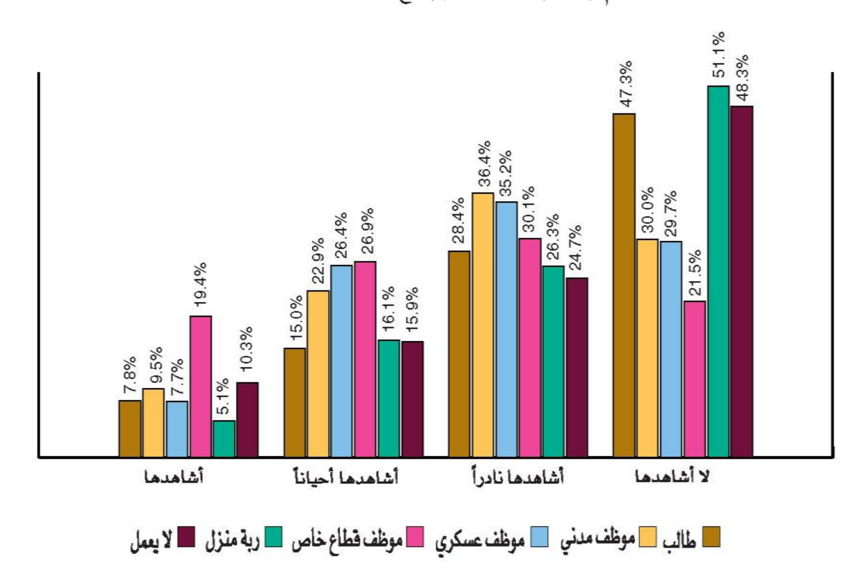
ويشير الجدول إجمالاً إلى دلالات مهمة، حيث يتقدم في متابعة البرامج الاقتصادية، موظفو القطاع الخاص، وهو أمر طبيعي جداً ومتوقع، ويمكن أن يكون العمل المتخصص في قطاع الأعمال الخاصة، وراء متابعة موظفي القطاع الخاص غالباً لهذه البرامج. غير أن هذه النتائج لا تغير من حقيقة أن النسب لا تزال ضعيفة جداً، فقد كان من المتوقع أن يتابع الموظفون في القطاع الخاص البرامج الاقتصادية بشكل أفضل وبنسبة أعلى كثيراً، لكن انخفاض النسبة إلى هذه الحدود يدل على أن ثمة مشكلة ما في طبيعة العلاقة بين الشباب والبرامج الاقتصادية.

جدول رقم (2-40) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	145	7.8	52	9.5	7	7.7	36	19.4	7	5.1	28	10.3	11	20.8	286	9.1
أشاهدها أحياناً	279	15.0	125	22.9	24	26.4	50	26.9	22	16.1	43	15.9	12	22.6	555	17.6
أشاهدها نادراً	530	28.4	199	36.4	32	35.2	56	30.1	36	26.3	67	24.7	9	17.0	929	29.5
لا أشاهدها	883	47.3	164	30.0	27	29.7	40	21.5	70	51.1	131	48.3	20	37.7	1353	42.4
غير مبين	29	1.6	6	1.1	1	1.1	4	2.2	2	1.5	2	0.7	1	1.9	45	1.4
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 143,280 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = > 0,001

شكل رقم (2-40) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المهنة



مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-41) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الاقتصادية «أشاهدها» بلغت 11.8٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا، و 9.7٪ للثانوية العامة، و 9.1٪ لحملة الشهادة الابتدائية، و7.0٪ حملة الشهادة المتوسطة. أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فتتراوح نسبتهم بين 15.3٪ لحملة الشهادة المتوسطة، و 21.6٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا. كما بلغت نسبة الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» 34.0٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا، و 28.8٪ للثانوية العامة، و28.4٪ للمتوسطة، و 25.8٪ حملة الشهادة الابتدائية. وارتفعت النسب العامة للذين لايشاهدون تلك البرامج «لا أشاهدها» لتصل إلى 48.1٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة، و 44.3٪ حملة الشهادة الابتدائية، و42.9٪ حملة الشهادة الثانوية العامة، و 31.2٪ حملة شهادة البكالوريوس والدراسات العليا.

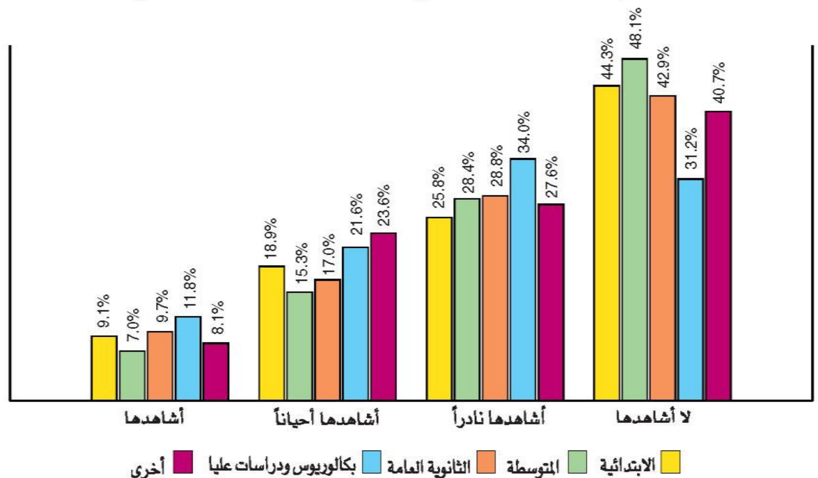
ويشير الجدول إجمالاً إلى اتساق نوعية هذه البرامج المتخصصة مع المستوى التعليمي لأفراد العينة، بحيث يتقدم أصحاب التأهيل العالي على غيرهم من أفراد العينة، وهو أمر متفق مع الطبيعة المتخصصة لهذه البرامج. غير أن هذه النتيجة تشير أيضاً إلى أن القضايا والموضوعات الاقتصادية قد تكون مجالا رحبا للنقاش والحوار لدى الفئات المجتمعية الأعلى تأهيلاً. وهذه النتائج لا تلغي الإشكالية القائمة حول ملاحظة الانخفاض العام في متابعة البرامج الاقتصادية.

جدول رقم (2-41) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اشاهدها	24	9.1	71	7.0	106	9.7	72	11.8	10	8.1	3	7.0	286	9.1
اشاهدها أحياناً	50	18.9	155	15.3	186	17.0	132	21.6	29	23.6	3	7.0	555	17.6
اشاهدها نادراً	68	25.8	289	28.4	314	28.8	208	34.0	34	27.6	16	37.2	929	29.5
لا اشاهدها	117	44.3	489	48.1	468	42.9	191	31.2	50	40.7	20	46.5	1335	42.4
غير مبين	5	1.9	12	1.2	18	1.6	9	1.5	-	-	1	2.3	45	1.4
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 61,656 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-41) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المستوى التعليمي



مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-42) أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الاقتصادية «أشاهدها» في المنطقة الوسطى تبلغ 11.9٪، يليهم المنطقة الشرقية بنسبة 10.2٪، ثم المنطقة الغربية بنسبة 8.6٪، فالمنطقة الشمالية بنسبة 8.3٪، وأخيراً المنطقة الجنوبية بنسبة 6.2٪. ويتضح من ذلك وجود فرقٍ طفيفٍ بين المنطقة الوسطى وبقية المناطق. وبالنسبة للذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها أحياناً» فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الشرقية 20.8٪، يليهم المنطقة الوسطى بنسبة 19.7٪، ثم المنطقة الغربية بنسبة 18.4٪، والمنطقة الجنوبية بنسبة 15.7٪ ، وأخيراً المنطقة الشمالية بنسبة 13.5٪. وقد انعكست هذه النتائج المنخفضة على ارتفاع نسبة من قالوا «أشاهدها نادراً» بنسب تتراوح بين 25.4٪ للمنطقة الوسطى، و 31.9٪ للمنطقة الشمالية. وكذلك بالنسبة للذين لا يشاهدون البرامج الاقتصادية «لا أشاهدها» بنسب تتراوح بين 38.3٪ للمنطقة الشرقية، و46.5٪ للمنطقة الجنوبية.

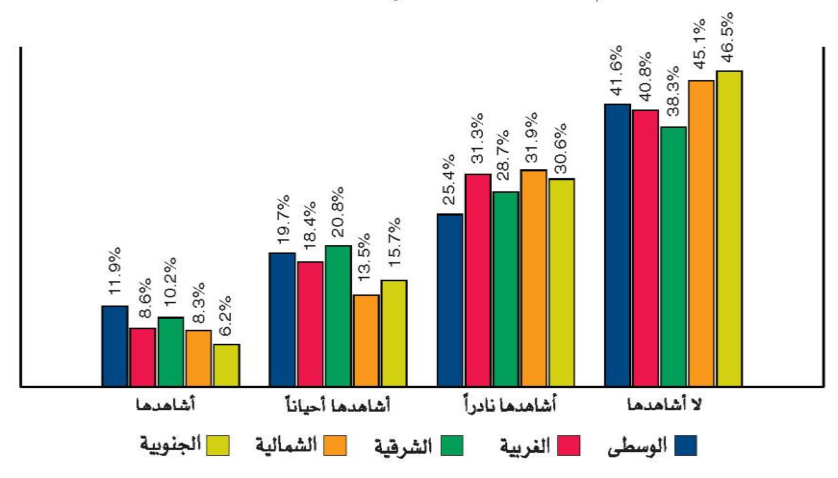
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً إلى حدٍ ما؛ وبخاصة عند مقارنة المنطقة الوسطى بكلٍ من المنطقتين الشمالية والجنوبية. وقد تقدمت المنطقة الوسطى وإن كان تقدمها على كل من المنطقة الشرقية والمنطقة الغربية بفارق طفيف لاعتبارات ربما تعود للمكانة التي تحتلها المنطقة الوسطى في موضوع الاقتصاد وانعكاساته على المجتمع باعتبارها المنطقة التي تقع فيها العاصمة الإدارية للمملكة، والأكثر تأثيرا على الأوضاع الاقتصادية المحلية والعالمية ذات العلاقة، والأمر نفسه ينطبق على المنطقة الشرقية التي احتلت المكانة الثانية بفارق طفيف جداً، حيث يمكن فهم ذلك في إطار تصور الدور الاقتصادي الرئيس للمنطقة الشرقية وانعكاساته على سكانها. وتؤكد هذه النتائج على أهمية وضرورة دعم البرامج الاقتصادية، وبناء ثقافة اقتصادية جيدة، حيث تبدو ثمة بيئة مجتمعية يمكنها التجاوب مع هذه البرامج لو قدمت بشكل جيد، يدل على ذلك تقدم المنطقتين الأهم اقتصادياً (الوسطى والشرقية) في متابعة المضمون الاقتصادي.

جدول رقم (2-42) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	75	11.9	54	8.6	64	10.2	52	8.3	39	6.2	284	9.0
أشاهدها أحياناً	124	19.7	116	18.4	131	20.8	85	13.5	99	15.7	555	17.6
أشاهدها نادراً	160	25.4	197	31.3	181	28.7	201	31.9	193	30.6	932	29.6
لا أشاهدها	262	41.6	257	40.8	241	38.3	284	45.1	293	46.5	1337	42.4
غير مبين	9	1.4	6	1.0	13	2.1	8	1.3	6	1.0	42	1.3
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 41,232 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-42) مشاهدة البرامج الاقتصادية حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح من النتائج أن نسبة عالية من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الاقتصادية «لا أشاهدها»؛ حيث بلغت النسبة العامة 42.4٪، أما الذين يشاهدون تلك البرامج «أشاهدها نادراً» فبلغت نسبتهم 29.6٪ يليهم بفارق «كبير جداً» الذين يطالعون تلك البرامج «أحياناً» بنسبة 17.6٪ ثم الذين يطالعونها «دائماً» بنسبة 9.0٪.

وتشير هذه النتائج إلى أن نسبة 42.4٪ من العينة لا يشاهدون البرامج الاقتصادية، وهي نسبة عالية جداً تشير إلى الانخفاض العام في مشاهدة تلك البرامج. وعند النظر إلى النسب القليلة لمشاهدة البرامج الاقتصادية في ضوء خصائص أفراد العينة، اتضح أن لبعض الخصائص تأثيراً ما على عملية المشاهدة. فالذكور يتقدمون بفارق طفيف على الإناث في متابعة البرامج الاقتصادية، وترتبط هذه المشاهدة بشكل أكبر بمن هم أكبر سناً وأعلى تأهيلاً علمياً. ولأسباب تتعلق ربما بمتغير العمر، يتقدم المتزوجون على غير المتزوجين في متابعة البرامج الاقتصادية.

ويتقارب الموظفون في القطاع الخاص والذين لا يعملون. ومن ذلك يتضح أن العاملين في القطاع الخاص يهتمون بهذه النوعية من البرامج وهو أمر متوقع، لكن الذين «لا يعملون» يهتمون أيضا كمؤشر واضح على طبيعة الاحتياجات المعرفية، حيث من المتوقع أن يهتم غير العاملين بمتابعة الشأن الاقتصادي بحثاً عن فرص عمل مواتية، غير أن من المهم تصور أن طبيعة متابعة الفئتين ستكون مختلفة بالتأكيد من حيث مدلولاتها ونوعية المعلومات والبيانات الاقتصادية التي يتم البحث عنها.

ولا توجد فوارق كبيرة بين المناطق المختلفة في درجة مشاهدة البرامج الاقتصادية، إلا أنه يلاحظ أن المنطقة الوسطى والشرقية والغربية كانت أكثر مشاهدة للبرامج الاقتصادية من المنطقتين الجنوبية والشمالية. حيث يبدو أن ذلك يعود لاعتبارات تتعلق بأهمية هذه المناطق الثلاث في التأثير على الوضع الاقتصادي للمجتمع السعودي بشكل عام.

لكن النتائج في هذا الفصل قد أكدت في مجملها أن هناك ثمة انخفاض عام في نسبة مشاهدة البرامج الاقتصادية بالقدر الذي لا يمكن أن يتسق مع الأهمية الكبرى لهذه النوعية من البرامج، وهو الأمر الذي قد يعود لضعف مستوى البرامج، كما يمكن أن يكون ذا علاقة بالثقافة الاقتصادية للشباب. وفي كلتا الحالتين فإن رفع مستوى الاهتمام بالشأن الاقتصادي يعد أمراً ضرورياً.

ثامناً: مشاهدة برامج أخرى

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى مشاهدتهم لبرامج أخرى غير البرامج التي تم تحديدها في الاستبانة، وفيما إذا كانت إجابة العينة على هذا السؤال: «أشاهدها»، أو «أشاهدها أحياناً»، أو «أشاهدها نادراً»، أو «لا أشاهدها». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-43 إلى 2-48) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

مشاهدة برامج أخرى حسب الجنس

على الرغم من أن هناك نسبة كبيرة من أفراد العينة 61.1٪ لم تبين إجابتها حول مدى مشاهدة برامج أخرى، يوضح الجدول رقم (2-43) أن كُلاً من الذكور والإناث يشاهدون برامج أخرى بنسبة بلغت 18.2٪ للذكور في مقابل 17.5٪ للإناث. ويزداد الفرق النسبي بين الذكور والإناث في حال «أشاهدها أحياناً» حيث تبلغ النسبة لدى الذكور 9.2٪ ولدى الإناث 5.7٪. أما الذين أجابوا بـ «أشاهدها نادراً» فبلغت نسبتهم 4.4٪ لدى الذكور، و1.5٪ لدى الإناث. أما بالنسبة للذين لا يشاهدون برامج أخرى فقد بلغت نسبتهم 11.6٪ للذكور، و9.9٪ للإناث.

وعند استقراء نتائج إجابات المبحوثين حول هذه البرامج الأخرى التي يتعرض لها أفراد العينة، اتضح فعلاً أن الأفلام والمسلسلات تأتي في المرتبة الأولى، ويأتي في المرتبة الثانية البرامج الترفيهية، ثم البرامج الغنائية على نحو الفيديو كليب والحفلات والسهرات الغنائية. ويأتي بعد ذلك مجموعة أخرى من البرامج شملت: البرامج الاجتماعية والفنية والعلمية البحتة والطبخ والأزياء، وبرامج المسابقات، والبرامج التاريخية والوثائقية.

وتشير هذه النتائج إجمالاً إلى أن الذكور بشكل عام يشاهدون برامج أخرى أكثر من الإناث، وبخاصة في حال كانت إجابة أفراد العينة «أشاهدها أحياناً» أو كانت «أشاهدها نادراً». وقد يفسر ذلك وفرة الأماكن المتاحة أمام الذكور في المجتمع لمشاهدة قنوات التلفزيون المختلفة؛ سواء في المنتديات العامة، على غرار المقاهي، أو في الاستراحات والمخيمات التي يرتادها الشباب من الذكور، عادة، مما يتيح مجالاً أرحب لهم في مقابل الإناث للتعرض لأنواع وأشكال برامجية متعددة.

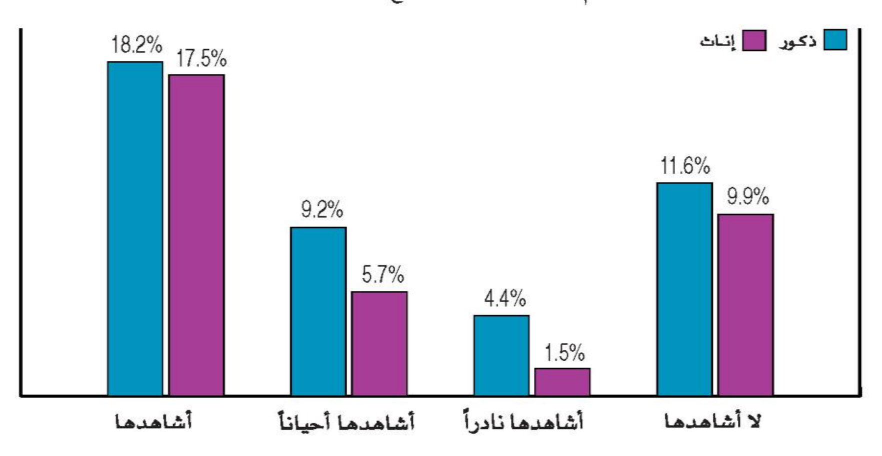
ومن المهم هنا الخلوص إلى حقيقة أن الخارطة البرامجية المعرفية لدى الشباب تبدو متعددة نوعاً ما، بل ويمكن الاعتقاد بأنها تتجه نحو مزيد من التعددية؛ للتطور الحاصل في قنوات الإعلام والاتصال.

جدول رقم (2-43) مشاهدة برامج أخرى حسب الجنس

الجنس / مدى المشاهدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	286	18.2	575	17.5	561	17.8
أشاهدها أحياناً	145	9.2	89	5.7	234	7.4
أشاهدها نادراً	69	4.4	24	1.5	93	3.0
لا أشاهدها	182	11.6	156	9.9	338	10.7
غير مبين	893	56.7	1031	65.5	1924	61.1
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 43,653 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-43) مشاهدة برامج أخرى حسب الجنس



مشاهدة برامج أخرى حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-44) أن الفئة العمرية الأصغر تشاهد برامج أخرى بنسبة بلغت 23.0٪، في مقابل 17.7٪ للفئة العمرية المتوسطة، و 12.7٪ للفئة العمرية الأكبر سناً. كما بلغت نسبة الذين أجابوا بـ «أشاهدها أحياناً» 7.9٪ لدى الفئة العمرية الأصغر سناً، و 7.5٪ لدى الفئة العمرية المتوسطة، و 6.9٪ لدى الفئة العمرية الأكبر سناً. وتدنت نسبة الذين أجابوا بـ «أشاهدها نادراً» لتصل إلى 3.0٪ للفئة العمرية الأصغر سناً، و 2.7٪ للفئة العمرية المتوسطة، و 3.1٪ للفئة العمرية الأكبر سناً. كما جاءت نسبة الذين لا يشاهدون برامج أخرى 10.1٪ للفئة العمرية الأصغر سناً، و 11.1٪ للفئة العمرية المتوسطة، و 11.0٪ للفئة العمرية الأكبر سناً.

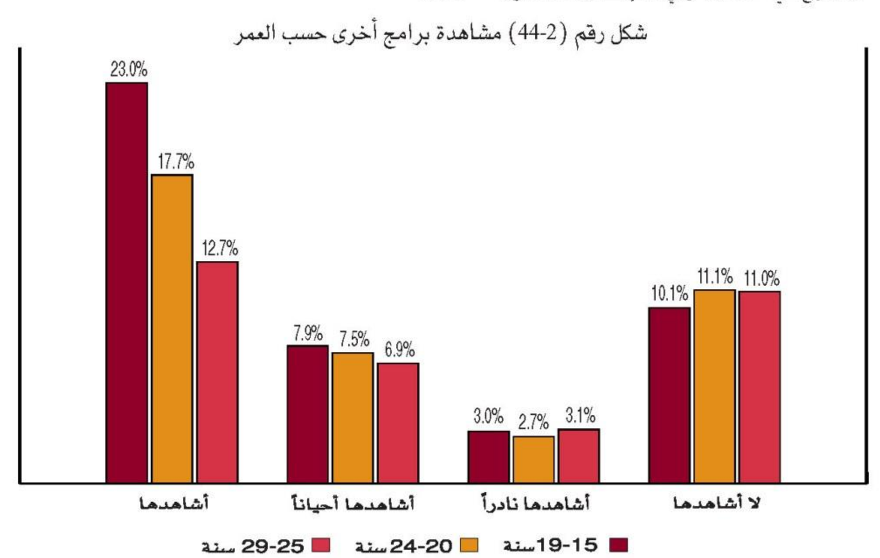
وتشير هذه النتائج إلى أن مشاهدة برامج أخرى يرتبط بشكل أكبر بمتغير العمر، حيث يزيد لدى الفئات العمرية الأصغر سناً، مما يعطي دلالة على أن البرامج الأخرى التي تشاهدها أفراد العينة قد تكون ذات طابع يتسق وخصائص المراحل العمرية المبكرة على نحو برامج المنوعات والبرامج الترفيهية والأفلام والمسلسلات، في حين تكون الأولوية لدى الفئات العمرية الأكبر سناً لصالح البرامج الأكثر جدية، وهو ما اتضح خلال عرض نتائج الدراسة المتعلقة بإقبال الفئات العمرية الأكبر على برامج نشرات الأخبار والبرامج الحوارية السياسية والبرامج الثقافية.

جدول رقم (2-44) مشاهدة برامج أخرى حسب العمر

العمر / مدى المشاهدة	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أشاهدها	242	23.0	186	17.7	133	12.7	561	17.8
أشاهدها أحياناً	83	7.9	79	7.5	72	6.9	234	7.4
أشاهدها نادراً	32	3.0	28	2.7	33	3.1	93	3.0
لا أشاهدها	106	10.1	117	11.1	115	11.0	338	10.7
غير مبين	587	55.9	640	61.0	697	66.4	1924	61.1
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 44,608 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-44) مشاهدة برامج أخرى حسب العمر



مشاهدة برامج أخرى حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-45) أن نسبة 12.2٪ من المتزوجين الذين أجابوا بـ «أشاهدها» في مقابل 19.7٪ لغير المتزوجين، و 5.7٪ لـ«أشاهدها أحياناً» لدى المتزوجين في مقابل 8.1٪ لغير المتزوجين، وانخفضت نسبة الذين أجابوا بـ «أشاهدها نادراً» لتصل إلى 2.3٪ للمتزوجين، و 3.2٪ لغير المتزوجين. أما الذين أجابوا بـ «لا أشاهدها» فبلغت نسبتهم 10٪ لدى المتزوجين في مقابل 11٪ لغير المتزوجين.

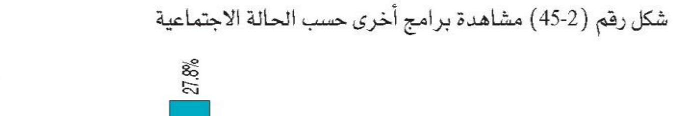
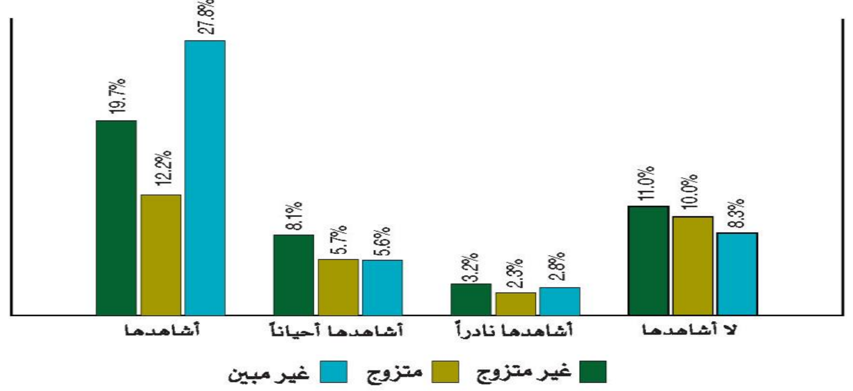
وتشير هذه النتائج إلى الارتفاع النسبي لدى غير المتزوجين في مشاهدة برامج أخرى، مما يؤكد أن متغير الحالة الاجتماعية يعد متغيراً مهماً في مشاهدة برامج أخرى، فقد جاء الفرق واضحاً بين الذين يشاهدون برامج أخرى من غير المتزوجين في مقابل المتزوجين. ولهذا علاقة أكيدة بمتغير العمر الذي أشرنا له عند شرح الجدول السابق (2-44)، كما يمكن فهم ذلك في إطار المساحة الزمنية والموضوعية التي تبدو أوسع لدى غير المتزوجين في مقابل المتزوجين، وهو الأمر الذي قد يشير أيضا إلى أن التعرض لبرامج أخرى إنما يتم خارج إطار الزوجية.

جدول رقم (2-45) مشاهدة برامج أخرى حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / مدى المشاهدة	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	448	19.7	103	12.2	10	27.8	561	17.8
أشاهدها أحياناً	184	8.1	48	5.7	2	5.6	234	7.4
أشاهدها نادراً	73	3.2	19	2.3	1	2.8	93	3.0
لا أشاهدها	251	11.0	84	10.0	3	8.3	338	10.7
غير مبين	1316	57.9	588	69.8	20	55.6	1924	61.1
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 45,282 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-45) مشاهدة برامج أخرى حسب الحالة الاجتماعية

مشاهدة برامج أخرى حسب المهنة

يوضح الجدول رقم (2-46) أن الذين أجابوا على مشاهدة برامج أخرى بـ «أشاهدها» قد تراوحت نسبهم بين 21.2٪ للطلاب، و 9.5٪ لربات المنازل. كما تراوحت نسب الذين أجابوا بـ«أشاهدها أحياناً» بين 5.1٪ لربات المنازل، و 8.1 للموظفين المدنيين. أما الذين أجابوا بـ «أشاهدها نادراً» فتراوحت نسبهم بين 1.5٪ للذين لا يعملون، و 4.8٪ لموظفي القطاع الخاص. وارتفعت نسبة الذين لا يشاهدون برامج أخرى «لا أشاهدها» لتنحصر بين 6.6٪ للموظفين العسكريين، و 13.3٪ لفئة الذين لا يعملون.

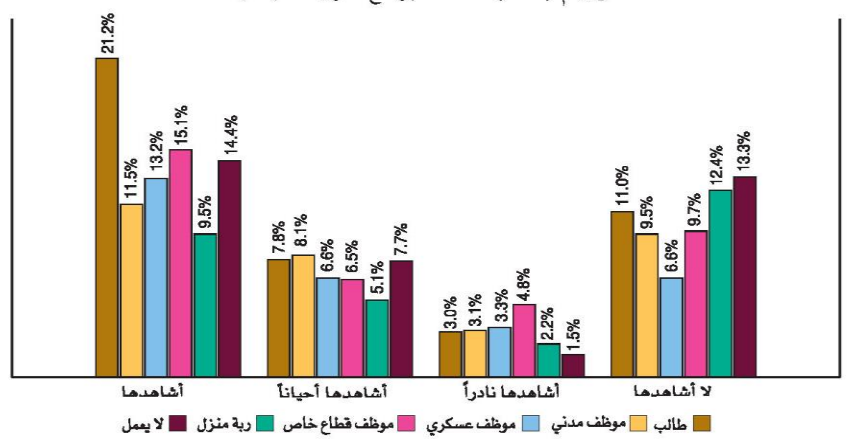
وتشير هذه النتائج إلى الارتفاع النسبي لدى الطلاب في مشاهدة برامج أخرى، وهو الأمر الذي يتسق مع ما سبق من نتائج تتعلق بالفئة العمرية؛ حيث اتضح أن الفئة العمرية الأصغر سناً هي التي تشاهد برامج أخرى بنسبة أكبر. كما تشير هذه النتائج إلى أهمية مراعاة هذه الفئة، حيث يبدو الميل لديها أكبر؛ لأن تتعدد مصادر حصولها على المعلومات والمعارف، وتعرضها لبرامج متعددة ومتنوعة، سينعكس بالتأكيد على قدرتها على التحصيل المعرفي من ناحية، ويزيد من خبراتها المعرفية من ناحية ثانية هو ما سيدعو إلى دعم قنوات الاتصال والإعلام المحلية وتحسينها.

جدول رقم (2-46) مشاهدة برامج أخرى حسب المهنة

المهنة / مدى المشاهدة	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	395	21.2	63	11.5	12	13.2	28	15.1	13	9.5	39	14.4	11	20.8	561	17.8
أشاهدها أحياناً	145	7.8	44	8.1	6	6.6	12	6.5	7	5.1	21	7.7	3	5.7	238	7.6
أشاهدها نادراً	56	3.0	17	3.1	3	3.3	9	4.8	3	2.2	4	1.5	2	3.8	94	3.0
لا أشاهدها	206	11.0	52	9.5	6	6.6	18	9.7	17	12.4	36	13.3	5	9.4	340	10.8
غير مبين	1064	57.0	370	67.8	64	70.3	119	64.0	97	70.8	171	63.1	32	60.4	1917	60.9
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 57,344 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-46) مشاهدة برامج أخرى حسب المهنة



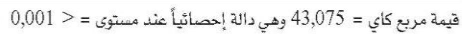
مشاهدة برامج أخرى حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-47) أن الذين أجابوا بـ «أشاهدها» قد انحصرت نسبهم بين 12.9٪ للحاصلين على البكالوريوس والدراسات العليا، و 21.2٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة. كما انحصرت نسبة الذين أجابوا بـ «أشاهدها أحياناً» بين 6.1٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية، و 7.8٪ للحاصلين على الشهادة المتوسطة. أما الذين أجابوا بـ «أشاهدها نادراً» فقد انخفضت نسبهم المئوية لتنحصر بين 2.7٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية، و3.4٪ للحاصلين على الشهادة الثانوية العامة. أما الذين لا يشاهدون برامج أخرى فقد ارتفعت نسبهم المئوية لتكون بين 12.5٪ للحاصلين على الشهادة الابتدائية، و 13.0٪ للحاصلين على شهادات أخرى فنية وتأهيلية.

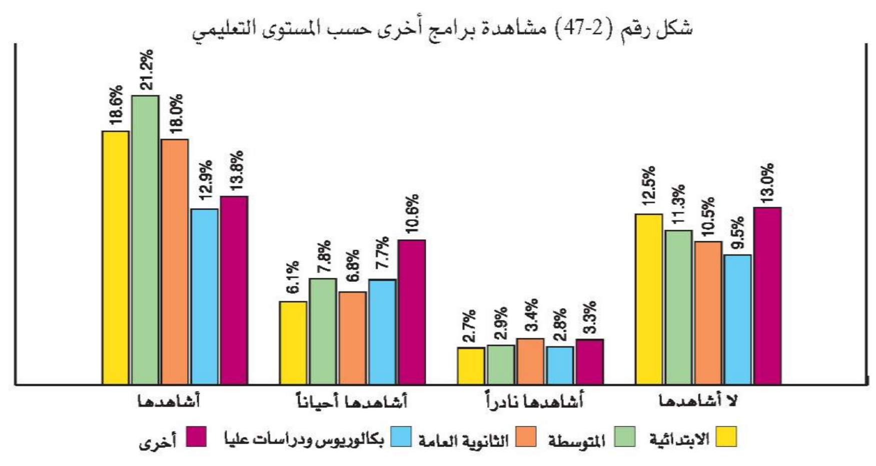
وتشير هذه النتائج إلى أن متغير المستوى التعليمي يعد متغيراً مهماً في مشاهدة برامج أخرى؛ حيث يتقدم أصحاب المستويات الدراسية الأقل على غيرهم في مشاهدة تلك البرامج، وبنسب طفيفة بين كل من الحاصلين على الشهادات الابتدائية والمتوسطة والثانوية. وهو الأمر الذين يعيد التذكير بأهمية الفئة الشبابية الأصغر عمراً كما اتضح في النتائج السابقة المتعلقة بمتغير العمر.

جدول رقم (2-47) مشاهدة برامج أخرى حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / مدى المشاهدة	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اشاهدها	49	18.6	215	21.2	197	18.0	79	12.9	17	13.8	4	9.3	561	17.8
اشاهدها أحياناً	16	6.1	79	7.8	74	6.8	47	7.7	13	10.6	9	20.9	238	7.6
اشاهدها نادراً	7	2.7	29	2.9	37	3.4	17	2.8	4	3.3	-	-	94	3.0
لا اشاهدها	33	12.5	115	11.3	115	10.5	58	9.5	16	13.0	3	7.0	340	10.8
غير مبين	159	60.2	578	56.9	669	61.3	411	67.2	73	59.3	27	62.8	1917	60.9
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%


قيمة مربع كاي = 43,075 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-47) مشاهدة برامج أخرى حسب المستوى التعليمي



مشاهدة برامج أخرى حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-48) أن نسبة الذين أجابوا بـ «أشاهدها» قد تراوحت بين 16.3٪ للمنطقة الشرقية، و 18.7٪ للمنطقة الغربية. أما الذين أجابوا بـ «أشاهدها أحياناً» فتراوحت نسبهم المئوية بين 4.4٪ للمنطقة الوسطى، و 9.0٪ في المنطقة الجنوبية. وتدنت نسبة الذين أجابوا بـ «أشاهدها نادراً» لتنحصر بين 2.5٪ للمنطقة الجنوبية، و 4.0٪ للمنطقة الشمالية. أما الذين أجابوا بـ «لا أشاهدها» فقد ارتفعت نسبتهم بشكل عام لتنحصر بين 9.2٪ في المنطقة الشرقية، و 11.9٪ في المنطقة الجنوبية.

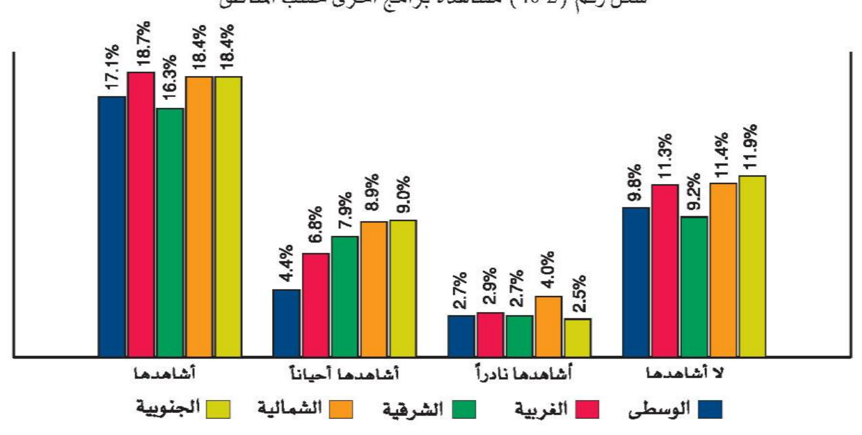
وتشير هذه النتائج بشكل عام إلى أن متغير المناطق لا يعد متغيراً مهماً في المشاهدة دائماً لبرامج أخرى. أما في حال المشاهدة أحياناً فيبدو أن ثمة فروقٍ بين المناطق لصالح كل من المنطقة الجنوبية فالشمالية فالشرقية في مقابل بقية المناطق. وهي عموماً فروق بسيطة، يضاف إليها انخفاض النسبة العامة للذين يشاهدون برامج أخرى أحياناً، مما يضعف بشكل عام أهمية متغير المناطق في النظر إلى مشاهدة أفراد العينة لبرامج أخرى، ويؤكد من جديد أن مشاهدة برامج أخرى إنما يرتبط بمتغيرات معينة أكثر من غيرها على نحو: العمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، وهو الأمر الذي تؤكده قيمة مربع كاي.

جدول رقم (2-48) مشاهدة برامج أخرى حسب المناطق

المنطقة / مدى المشاهدة	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أشاهدها	108	17.1	118	18.7	103	16.3	116	18.4	116	18.4	561	17.8
أشاهدها أحياناً	28	4.4	43	6.8	50	7.9	56	8.9	57	9.0	234	7.4
أشاهدها نادراً	17	2.7	18	2.9	17	2.7	25	4.0	16	2.5	93	3.0
لا أشاهدها	62	9.8	71	11.3	58	9.2	72	11.4	75	11.9	338	10.7
غير مبين	415	65.9	380	60.3	402	63.8	361	57.3	366	58.1	1924	61.1
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 24,953 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (2-48) مشاهدة برامج أخرى حسب المناطق



الخلاصة:

أوضحت النتائج أنه على الرغم من الانخفاض العام لنسبة الذين يشاهدون برامج أخرى حيث لم تتجاوز نسبتهم 25.5٪ من مجموع أفراد العينة، فقد اتضح أنه إضافة لما عرضته الدراسة من برامج على أفراد العينة لتحديد مدى مشاهدتهم لها، تضمنت الاستبانة سؤالاً مفتوحاً يطلب من أفراد العينة ذكر البرامج الأخرى التي يشاهدونها غير ما سبق ذكره من برامج. وأظهرت نتائج الدراسة في هذا الإطار أن أفراد العينة الذين أفادوا بأنهم يشاهدون برامج أخرى كانوا يشاهدون برامج متنوعة، ويأتي في مقدمة ذلك: الأفلام والمسلسلات؛ سواء منها ما كان في القنوات العامة أم القنوات المتخصصة للأفلام، ويأتي في المرتبة الثانية البرامج الترفيهية ثم البرامج الغنائية على نحو: الفيديو كليب والحفلات والسهرات الغنائية. ويأتي بعد ذلك مجموعة أخرى من البرامج شملت البرامج الاجتماعية والفنية والعلمية البحتة والطبخ والأزياء، وبرامج المسابقات، والبرامج التاريخية والوثائقية.

وتشير هذه النتائج إلى الاتساق الواضح بين تعددية توجهات أفراد العينة من فئة الشباب والطبيعة الإعلامية لقنوات التلفزيون الفضائية التي تتوافر على عدد كبير من خيارات التعرض المتمثلة في نوعية ومحتوى البرامج التلفزيونية. حيث اتضح أن لدى الشباب وبخاصة الفئات العمرية الأصغر عمراً والأقل تعليماً، رغبة في التعرض لأنواع متعددة وأشكال مختلفة ومضامين متباينة مما تقدمه البرامج التلفزيونية الفضائية بشكل خاص. وبدون شك، ينعكس هذا الأمر على البعد الاجتماعي الثقافي لأفراد العينة، حيث تمثل تلك البرامج مصدراً مهماً من مصادر المعرفة لدى أفراد العينة، مما يشير إلى أهمية مراعاة هذه البيئة المعرفية الغنية عند التفكير في أي من البرامج التوعوية أو التثقيفية لهذه الفئة من فئات المجتمع. كما أكدت الدراسة أيضاً أن عدداً من خصائص العينة تؤثر في مدى مشاهدة برامج أخرى، ومن ذلك: متغير الحالة الاجتماعية، ومستوى التعليم؛ حيث يبدو غير المتزوجين أكثر من المتزوجين تعرضاً لبرامج أخرى، كما يتقدم أصحاب المستويات الدراسية الدنيا على غيرهم من المستويات الدراسية الأخرى.

تاسعاً: المستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية

تمهيد:

توجهت الدراسة بسؤال إلى أفراد العينة، وذلك لمعرفة أنواع البرامج التي يتابعونها وما إذا كانت المتابعة مستمرة أو أحياناً أو نادراً أو أنهم لا يتابعون تلك البرامج. وقد تم تقسيم البرامج إلى فئات شملت: الدينية، والرياضية، ونشرات الأخبار، وبرامج الأسرة والطفل، والبرامج السياسية الحوارية، والثقافية، والاقتصادية، والبرامج الأخرى التي تشمل غير ما ذكر أعلاه. والجدول (من 2-49 إلى 2-54) يعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

وصف للمستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية

يوضح الجدول رقم (2-49) أن ما نسبته 37.5٪ يشاهدون البرامج الدينية، وهناك 43.1٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 14٪ يشاهدونها «نادراً»، بينما تدنت نسبة من لا يشاهدونها مطلقاً إلى 4.8٪، وهي أدنى النسب التي ترد في هذا الجدول. أما «البرامج الرياضية» فقد أشار 27.8٪ أنهم يشاهدونها، و 20.9٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 19٪ يشاهدونها «نادراً»، بينما 31.3٪ لا يشاهدونها مطلقاً. أما نشرات الأخبار فقد حظيت بنسبة متابعة ملحوظة؛ فهناك ما نسبته 30.5٪ يشاهدونها، و 36.6٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 20.9٪ يشاهدونها «نادراً»، إلا أن نسبة من لا يشاهدونها كانت قليلة؛ حيث بلغت 10.9٪. وبخصوص برامج الأسرة، والطفولة ؛أفاد 17.6٪ أنهم يشاهدونها، و 27.2٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 26.5٪ يشاهدونها «نادراً»، وحوالي 27.7٪ لا يشاهدونها مطلقاً. أما البرامج الحوارية السياسية فقد أشار 18.6٪ أنهم يشاهدونها، و 28.1٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 26.2٪ يشاهدونها «نادراً»، و 25.9٪ لا يشاهدونها. وحظيت البرامج الثقافية بنسبة مشاهدة طيبة، فقد أوضح 28.1٪ أنهم يشاهدونها، و 38.8٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 21.3٪ يشاهدونها «نادراً»، بينما أوضح 10.8٪ أنهم لا يشاهدونها مطلقاً. أما البرامج الاقتصادية فإنها حظيت بنسبة مشاهدة متواضعة ؛ حيث أشار فقط 9٪ أنهم يشاهدونها، و 17.6٪ يشاهدونها «أحياناً»، و 29.6٪ يشاهدونها «نادراً»، بينما ارتفعت نسبة من لا يشاهدونها مطلقاً؛ حيث بلغت 42.4٪، وذلك كأعلى نسبة في عدم المشاهدة. أما البرامج الأخرى فقد أشار 17.8٪ أنهم يشاهدونها، و 7.4٪ يفعلون ذلك «أحياناً»، و 3٪ «نادراً»، و 61.1٪ لا يشاهدونها مطلقاً.

ويتضح من الجدول أن أولويات البرامج تختلف لدى الشباب في المجتمع السعودي، فعند الأخذ بمستوى المشاهدة «أشاهدها» وهي أعلى نسبة مشاهدة في المقياس المستخدم يتضح أن (البرامج الدينية) تحتل المرتبة الأولى، يليها (نشرات الأخبار)، ثم في المرتبة الثانية (البرامج الثقافية)، وبعدها (البرامج الرياضية)، ثم (البرامج الحوارية السياسية)، يليها في المرتبة السادسة (برامج الأسرة والطفل) لتتأخر (البرامج الاقتصادية) إلى المرتبة السابعة والأخيرة.

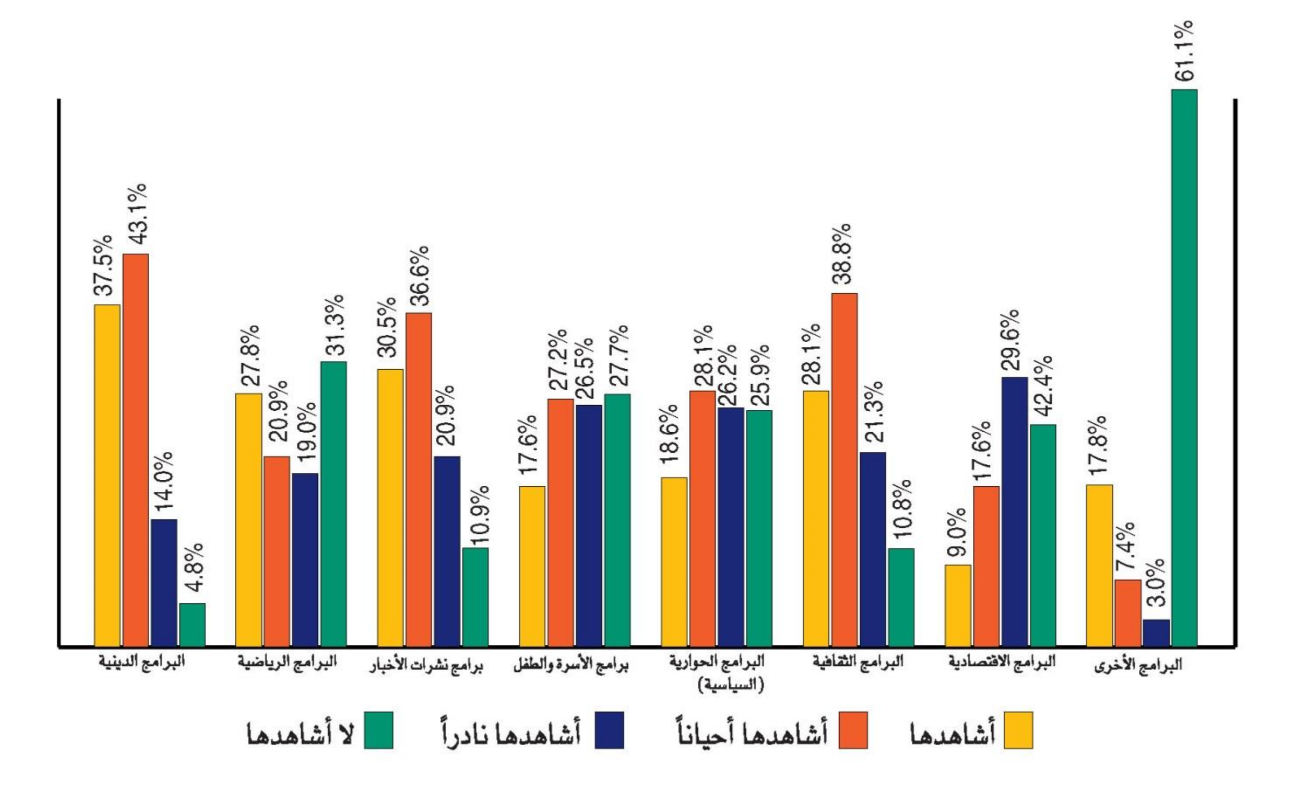
وتشير هذه النتائج بوضوح إلى أن الشأنيين الديني والثقافي هما المسيطران على نوعية البرامج التي يتابعها الشباب، ويتزامن مع ذلك الموضوعات والمواد الإخبارية، كما يدل تأخر كل من (برامج الأسرة والطفل) و(البرامج الاقتصادية) إلى الرتبتين الأخيرتين على ضرورة السعي الجاد نحو دعم الثقافة الاقتصادية لدى الشباب من جانب، وفي خلاصة مهمة جداً هنا، قد يشير تأخر الاهتمام ببرامج (الأسرة والطفل) إلى نوعية المشكلات التي يواجهها المجتمع السعودي اليوم، التي ربما نتجت من ضعف قنوات الاتصال المعنية بشأن الأسرة دراسة وتقويماً وتوجيهاً وقنوات معرفية.

ما يلفت الانتباه في الجدول، أن «البرامج الثقافية» جاءت في موقع جيد من حيث المتابعة؛ بل أنها متقدمة على الرياضية. وقد يعود ارتفاع مشاهدة البرامج الثقافية بسبب اعتقاد أفراد العينة أن البرامج الفنية جزء من البرامج الثقافية.

جدول رقم (2-49) وصف للمستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية

نوعية البرامج	أشاهدها		أشاهدها أحياناً		أشاهدها نادراً		لا أشاهدها	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
البرامج الدينية	1182	37.5	1357	43.1	440	14.0	151	4.8
البرامج الرياضية	877	27.8	658	20.9	598	19.0	986	31.3
برامج نشرات الأخبار	960	30.5	1154	36.6	659	20.9	343	10.9
برامج الأسرة والطفل	555	17.6	857	27.2	834	26.5	871	27.7
البرامج الحوارية (السياسية)	586	18.6	884	28.1	826	26.2	816	25.9
البرامج الثقافية	884	28.1	1221	38.8	672	21.3	341	10.8
البرامج الاقتصادية	284	9.0	555	17.6	932	29.6	1337	42.4
برامج أخرى	561	17.8%	234	7.4%	93	3.0%	338	61.1%

شكل رقم (2-49) وصف للمستوى العام لمتابعة الفئات البرامجية



الخلاصة:

تبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة متابعة ومشاهدة البرامج الدينية ؛ حيث جاءت في المركز الأول؛ يليها نشرات الأخبار، ثم البرامج الثقافية. جاءت بعد ذلك البرامج الرياضية. أما برامج الأسرة والطفل والبرامج الحوارية فقد حظيت بمركز متوسط وكانتا متقاربتين إلى حد ما. يلاحظ من الجدول أن البرامج الاقتصادية كانت في موقع متأخر، وقد سجلت أعلى النسب في عدم المشاهدة.

وتشير هذه النتائج إلى أهمية العناية بـ(برامج الأسرة والطفل)، حيث من المهم التنبه إلى أنه ربما يعزي المشكل المجتمعي السعودي المعاصر إلى ضعف في قنوات التواصل مع الأسرة، أو في المستوى الذي يتم التعامل من خلاله وهو المستوى المتدني غالباً في الشكل والمضمون، حيث يفهم ذلك من تأخر أهمية هذه البرامج لدى عينة الدراسة. ويتطلب ذلك بذل مزيد من الجهد النوعي المتخصص في الرفع من كفاءة البرامج التي تخاطب الأسرة عموما لتكون قادرة على مواجهة المشكلات الأسرية، وقضايا التربية والتنشئة المجتمعية.

الفصل الثاني

القنوات المفضلة

القنوات المفضلة

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول القنوات المفضلة مرتبة حسب أولويتها. وقد تم الطلب إلى أفراد العينة، ذكر القنوات الأربع الأكثر أهمية مرتبة حسب أهميتها من وجهة نظرهم، بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في ضوء الفهم الجيد لأولوية قنوات التلفزيون بالنسبة إليهم. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-50 إلى 2-52) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

أولاً: قنوات التلفزيون الأكثر مشاهدة

تم حصر قنوات التلفزيون التي رأى أفراد العينة أنها الأكثر تفضيلاً في المشاهدة. وقد أظهرت الدراسة عددا كبيراً من القنوات. ونظرا لتباين تكرارات تلك القنوات لدى أفراد العينة، فقد تم حصر القنوات الأكثر تكرارا حسب الترتيب، إما الأولى أو الثانية أو الثالثة أو الرابعة. وظهر من ذلك ما مجموعه خمس عشرة قناة تلفزيونية.

ويوضح الجدول رقم (2-50) ترتيب قنوات التلفزيون الأكثر مشاهدة حسب أهميتها لدى أفراد العينة في كل من مستويات التفضيل الأربعة.

قنوات التلفزيون التي حظيت بالمرتبة الأولى

دلت نتائج الدراسة على أن قنوات التلفزيون التي احتلت المرتبة الأولى لدى مفردات العينة؛ هي كل من: قناة MBC بنسبة بلغت 11.62٪ من مجموع أفراد العينة، تليها القناة السعودية الأولى بنسبة 8.85٪، ثم قناة الجزيرة بنسبة 7.78٪، ثم قناة المجد بنسبة 7.28٪، ثم قناة المنار بنسبة 3.12٪، ثم قناة العربية بنسبة 2.97٪، ثم قناة MBC2 بنسبة 2.90٪، ثم قناة الكويت بنسبة 2.25٪، ثم قناة روتانا بنسبة 2.36٪، وأخيراً ستار أكاديمي بنسبة 1.64٪.

قنوات التلفزيون التي حظيت بالمرتبة الثانية

دلت نتائج الدراسة على أن قنوات التلفزيون التي احتلت المرتبة الثانية؛ هي كل من: قناة MBC بنسبة بلغت 7.75٪، ثم قناة الجزيرة بنسبة بلغت 7.06٪، ثم قناة العربية بنسبة بلغت 5.93٪، ثم قناة السعودية الأولى بنسبة بلغت 3.87٪، ثم قناة الكويت بنسبة 3.37٪، ثم قناة LBC بنسبة 3.24٪، ثم قناة المجد بنسبة 3.21٪، ثم قناة MBC2 بنسبة 3.02٪، ثم قناة روتانا بنسبة 2.55٪، وأخيراً قناة السعودية الثانية بنسبة 2.36٪.

قنوات التلفزيون التي حظيت بالمرتبة الثالثة

دلت نتائج الدراسة على أن قنوات التلفزيون التي احتلت المرتبة الثالثة بنسبة أكبر؛ هي: قناة MBC بنسبة 6.46٪، ثم الجزيرة بنسبة 5.0٪، ثم قناة العربية بنسبة 4.35٪، ثم قناة LBC بنسبة 3.43٪، ثم قناة السعودية الأولى بنسبة 3.15٪، ثم قناة الكويت بنسبة 2.87٪، ثم قناة روتانا بنسبة 2.52٪، ثم قناة المستقبل بنسبة 2.46٪، ثم قناة دبي بنسبة 2.40٪، وأخيراً قناة المجد بنسبة 2.11٪.

قنوات التلفزيون التي حظيت بالمرتبة الرابعة

دلت نتائج الدراسة على أن قنوات التلفزيون التي احتلت المرتبة الرابعة بنسبة أكبر؛ هي: قناة MBC بنسبة بلغت 1.89٪، ثم الجزيرة بنسبة 1.39٪، ثم السعودية الأولى بنسبة بلغت 1.23٪، ثم قناة دبي بنسبة بلغت 1.20٪، ثم قناة روتانا بنسبة 1.13٪، ثم قناة MBC2 بنسبة 1.10٪، ثم قناة LBC بنسبة 0.91٪، ثم قناة الكويت بنسبة 0.88٪، ثم قناة أبو ظبي بنسبة 0.72٪، وأخيراً قناة العربية بنسبة 0.27٪

قنوات التلفزيون الأربع الأكثر تفضيلاً

أشارت الفقرات الأربع السابقة إلى القنوات التلفزيونية التي يرى أفراد العينة تفضيلها في المشاهدة بحسب ترتيب تلك القنوات لدى العينة من الأولى إلى الرابعة في التفضيل، وفي هذه الفقرة توضح الدراسة القنوات الأربع التي حظيت بالأولوية من بين مجموع قنوات التلفزيون التي ذكرتها العينة. فقد دلت نتائج إجابات أفراد العينة على السؤال المتعلق بذكر القنوات الأربع الأكثر تفضيلاً لدى العينة على أن قناة MBC تأتي في مقدمة كل القنوات الأخرى وبنسبة إجمالية بلغت 27.72٪ من مجموع أفراد العينة (3150 مبحوث ومبحوثة)، يليها قناة الجزيرة بنسبة إجمالية بلغت 20.19٪. وفي المرتبة الثالثة جاءت القناة السعودية الأولى بنسبة إجمالية بلغت 17.10٪. وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة المجد بنسبة إجمالية بلغت 15.97٪.

وتشير هذه النتائج إجمالاً إلى أنه مع الأخذ بعين الاعتبار ترتيب تلك القنوات لدى أفراد العينة؛ سواء كان الترتيب الأول أم الثاني أم الثالث أم الرابع، فإن قناة MBC تتقدم جميع القنوات في مختلف الترتيبات، وهي بذلك تحتل المرتبة الأولى في التقدير الإجمالي لأهمية القنوات لدى أفراد العينة، وعلى الرغم من أن القناة السعودية الأولى قد جاءت في المرتبة الثانية بعد قناة MBC بالنسبة للقنوات التي أعطاها أفراد العينة الترتيب رقم (1)، فإن تقدم قناة الجزيرة على القناة السعودية الأولى لتأتي بعد قناة MBC مباشرة في الترتيبات الأخرى (الثاني والثالث والرابع)؛ قد جعل قناة الجزيرة تحتل المرتبة الثانية بشكل عام 20.1٪. وحظيت قناة المجد بنسبة عالية لدى من أعطوها الترتيب رقم (1)، مما يساعد على تكون نسبتها الإجمالية التي تؤهلها لأن تأتي ضمن الرتب الأربع من بين مجموع قنوات التلفزيون التي تشاهدها العينة، فقد احتلت المرتبة رقم (4) من بين مجموعة القنوات التي أعطاها أفراد العينة الترتيب الأول في المشاهدة. لكنها تأخرت في الترتيب الثاني لتصل إلى الرقم (7)، وفي الترتيب الثالث لتصل إلى الرقم (10)، وفي الترتيب الرابع لتصل إلى الرقم (12) من بين مجموع القنوات. لكن ذلك لم يكن له تأثير واضح على أولوية القناة في المشاهدة؛ حيث حظيت بالمرتبة الرابعة إجمالاً بعد كل من قناة MBC وقناة الجزيرة والقناة السعودية الأولى.

كما تشير النتائج أيضاً إلى أنه وإضافة إلى ما سبق فإن أفراد العينة يشاهدون مجموعة كبيرة من القنوات الأخرى التي يتم بثها على مجموعة أقمار «عرب سات ArabSat» و«نايل سات» Nile Sat و «هوت بيرد» Hot bird و «أوربت» Orbit وغيرها، مما يشير إلى بيئة اتصالية واسعة ومنفتحة كثيراً لدى أفراد العينة. غير أن تشتت قنوات التلفزيون وتعددها تعدداً كبيراً بالقدر الذي بلغت فيه 317 قناة موزعة حسب مستويات الترتيب من الأول إلى الرابع؛ قد أضعف من تكرارات هذه القنوات بشكل عام مما لا يمكن معه إجراء عمليات كمية ذات دلالة، ولذلك فقد يكون من المناسب الرجوع إلى ملحق الدراسة رقم (7) للاطلاع على مجموعة القنوات الأخرى التي يشاهدها أفراد العينة.

ويمكن فهم الإقبال الواسع على مشاهدة مجموعة كبيرة من قنوات التلفزيون ذات الاهتمامات المختلفة والمتباينة أحياناً، من خلال فهم طبيعة البيئة الاتصالية المعاصرة في الوطن العربي بشكل عام وفي دول الخليج بشكل خاص وفي المملكة العربية السعودية بشكل أكثر تحديداً، حيث لا تزال البيئة الاتصالية الفضائية تعد بيئة جديدة وحديثة وغير مسبوقة في عادات وأنماط مشاهدة الشباب لوسائل الإعلام والاتصال، مما يمكن معه تفسير الإقبال الكبير على عدد كبير من القنوات، حيث يمكن القول بعدم تكون ثقافة اتصالية مكتملة العناصر بعد. وقد يفسر إقبال الشباب على مشاهدة قنوات متعددة من خلال القناعة بأن الأحوال الدولية والإقليمية والمحلية المعاصرة تعد دافعاً مهماً لسعي الجمهور نحو دعم مصادرهم للمعلومات والمعارف، وهو الأمر الذي سينعكس بالضرورة على تعدد قنوات التلفزيون التي تتم مشاهدتها؛ وبخاصة تلك القنوات التي تعنى بالبرامج الإخبارية والثقافية والسياسية والحوارية بشكل عام.

وتشير النتائج من جانب آخر إلى أن قنوات التلفزيون الأربع الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة؛ قد جاءت لتعبر عن نسيج اتصالي معرفي يتسم بالتعددية المعرفية من ناحية، وبالتكامل بين المضامين التلفزيونية من ناحية أخرى. فقناة MBC والتي تصدرت القائمة في المرتبة الأولى؛ تعد قناة عامة منوعة تسعى لتحقيق معظم وظائف الإعلام؛ من: الإخباري، والتثقيف، والتعليم، والتوجيه، والترفيه.

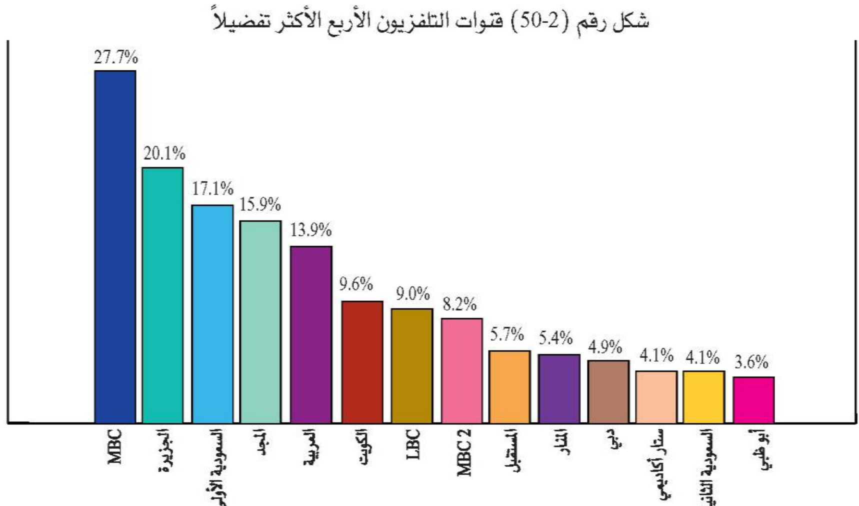
أما قناة الجزيرة والتي جاءت في المرتبة الثانية؛ فهي قناة إخبارية متخصصة قد يكون ساعد على احتلالها هذه المرتبة أقدميتها بالنسبة للقنوات العربية الإخبارية الأخرى، إضافة إلى منهجيتها المتفردة في تقديم الأخبار والبرامج الإخبارية، والتي تتسم بشيء من الخروج عن النمطية المعتادة في الشكل والمضمون. أما القناة السعودية الأولى والتي احتلت المرتبة الثالثة تعد قناة وطنية محلية، وبالتالي فإن ورودها ضمن القنوات الأربع الأولى الأكثر مشاهدة يشير إلى أهمية البعد الوطني في التعرض لقنوات التلفزيون. إضافة لكونها محطة أرضية أيضا يمكن استقبالها دون أجهزة استقبال فضائي، إضافة إلى شعور بعض المواطنين بالحرج الديني من مشاهدة بعض القنوات التي يرون عدم اتسامها مع مبادئ وقيم دينية. وحيث احتلت قناة المجد المرتبة الرابعة (وهي القناة ذات السمات الدينية الأكثر وضوحاً في الشكل والمضمون)، فهذا مؤشر أيضا على الميل الموجود لدى أفراد العينة إلى التعرض لهذه القناة، الأمر الذي يمكن فهمه في إطار السمة الدينية الغالبة على القناة، حيث تصنف قناة المجد ضمن القنوات الدينية.

وتؤكد هذه النتائج بشكل عام أن التعامل الأمثل مع الشباب؛ إنما يجب أن يكون وفق منظومة ثقافية واسعة منفتحة بالقدر الذي استطاعت معه هذه الفئة من المجتمع أن تجمع في أولوياتها الاتصالية بين كل من: MBC ، والجزيرة، والأولى، والمجد.

جدول رقم (2-50) قنوات التلفزيون الأربع الأكثر تفضيلاً

الترتيب / القنوات	الترتيب (1)		الترتيب (2)		الترتيب (3)		الترتيب (4)		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
MBC	369	11.62	246	7.75	205	6.46	60	1.89	880	27.72
السعودية الأولى	281	8.85	123	3.87	100	3.15	39	1.23	543	17.10
الجزيرة	247	7.78	191	7.06	159	5.0	44	1.39	641	20.19
المجد	231	7.28	102	3.21	67	2.11	17	0.53	507	15.97
المنار	99	3.12	30	0.94	34	1.07	9	0.29	172	5.42
العربية	94	2.97	188	5.93	138	4.35	23	0.27	443	13.95
MBC2	92	2.90	96	3.02	66	2.07	35	1.10	262	8.25
الكويت	81	2.25	107	3.37	91	2.87	28	0.88	307	9.67
روتانا	75	2.36	81	2.55	80	2.52	36	1.13	272	8.57
ستار أكاديمي	52	1.64	42	1.32	31	0.98	6	0.19	131	4.13
LBC	47	1.48	103	3.24	109	3.43	29	0.91	288	9.07
السعودية الثانية	27	0.85	75	2.36	27	0.85	3	0.09	132	4.16
المستقبل	30	0.94	53	1.67	78	2.46	21	0.66	182	5.73
دبي	19	0.60	23	0.72	76	2.40	38	1.20	156	4.91
أبو ظبي	13	0.41	37	1.16	43	1.35	23	0.72	116	3.65

شكل رقم (2-50) قنوات التلفزيون الأربع الأكثر تفضيلاً



ثانياً: قنوات التلفزيون الأكثر مشاهدة بوصفها رسمية حكومية أو قطاع خاص

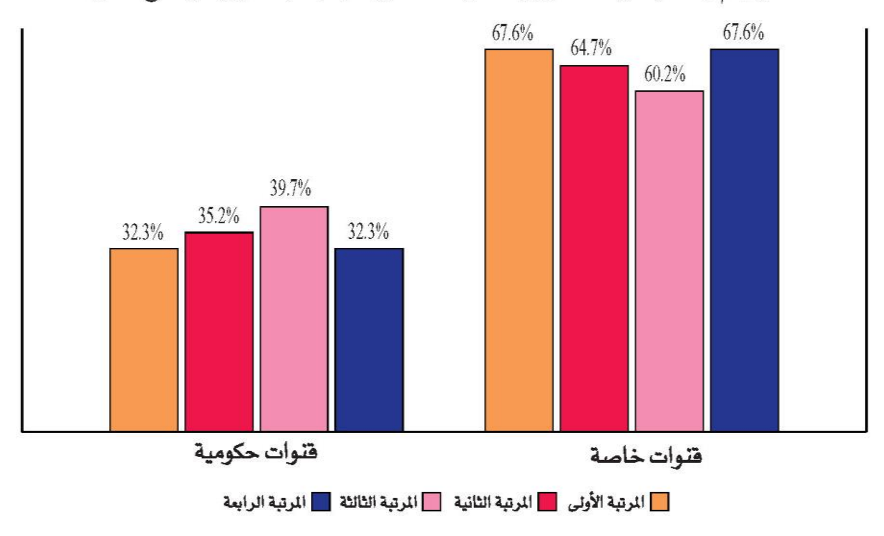
أوضحت الدراسة أن عدداً من القنوات التي يتعرض لها أفراد العينة تعد من بين القنوات الحكومية، بينما عدد آخر من تلك القنوات تعود ملكيتها للقطاع الخاص. إضافة إلى نوع آخر من القنوات تشترك الحكومات فيها مع القطاع الخاص. وعلى أية حال فقد تم تصنيف القنوات في هذه الدراسة إلى فئتين، وهما: القنوات الحكومية، وقنوات القطاع الخاص. فالقنوات الحكومية؛ هي: تلك القنوات التي تخضع للإشراف والتشغيل الحكومي المباشر. بينما تعني قنوات القطاع الخاص هنا: القنوات التي يتم تشغيلها وفق نظام القطاع الخاص؛ سواء كانت مستقلة أو خاضعة لأي مستوى من مستويات الإشراف الحكومي، وذلك لأن الهدف من استخراج هذه النتائج إنما يعود لطبيعة الخدمة الإعلامية التي تقدمها تلك القنوات من جانب، ومن جانب آخر، مستوى الحرفية المهنية الذي يبدو بشكل عام أنه أكثر توظيفاً في قنوات القطاع الخاص مقارنة بالقنوات الحكومية الرسمية، وهو الأمر الذي ربما يكون السبب الأهم في إقبال الجمهور على مشاهدة قناة ما في مقابل قناة أخرى.

ويشير الجدول رقم (2-51) إلى أن القنوات الخاصة في مجموعة القنوات التي احتلت المرتبة الأولى بلغت نسبة قدرها 67.65٪ في مقابل 32.35٪ للقنوات الحكومية. أما القنوات التي احتلت الترتيب الثاني، فقد تقدمت قنوات القطاع الخاص أيضا بنسبة 64.77٪ في مقابل 35.23٪ للقنوات الحكومية. واستمر تقدم مشاهدة قنوات القطاع الخاص في باقي الرتب، حيث إن نسبة مشاهدة القنوات التي حصلت على المرتبة الثالثة في ترتيب القنوات الأهم لدى أفراد العينة بلغت قنوات القطاع الخاص فيها 60.22٪ في مقابل 39.78٪ للقنوات الحكومية. وجاءت القنوات الخاصة بنسبة بلغت 67.65٪ للقنوات التي حصلت على الترتيب الرابع، في مقابل 32.35٪ للقنوات الحكومية.

جدول رقم (2-51) قنوات التلفزيون الأكثر مشاهدة بوصفها رسمية حكومية أو قطاع خاص

الترتيب / القنوات	الترتيب (1)		الترتيب (2)		الترتيب (3)		الترتيب (4)		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
قنوات حكومية	22	32.35	31	35.23	37	39.78	22	32.35	112	35.33
قنوات خاصة	46	67.65	57	64.77	56	60.22	46	67.65	205	64.67
المجموع	68	100%	88	100%	93	100%	68	100%	317	100%

شكل رقم (2-51) قنوات التلفزيون الأكثر مشاهدة بوصفها رسمية حكومية أو قطاع خاص



وبالنظر للنسبة الإجمالية العامة يتضح أيضا أن القنوات الخاصة تتصدر مجموعة القنوات التي حصلت على المراتب الأولى من الأهمية لدى أفراد العينة. فقد بلغت نسبة القنوات الخاصة 64.67٪ في مقابل 35.33٪.

ويشير الجدول إجمالاً إلى دلائل كثيرة، من أهمها: أن قنوات القطاع الخاص تحظى بجماهيرية عالية في مقابل القنوات الحكومية الرسمية. ويبدو ذلك الأمر مبرراً لاعتبارات كثيرة، منها: أن قنوات القطاع الخاص تبدو أكثر احترافية وأقدر على التفاعل مع احتياجات الجمهور وتقديم ما يريده من برامج. يضاف إلى ذلك الخبرة المعرفية التراكمية لدى الجمهور تجاه القنوات الحكومية الرسمية التي تعد غالباً اللسان الرسمي الناطق باسم الحكومات، مما يقلل من فرص حرية التعبير والموضوعية في برامجها السياسية ونشرات الأخبار، وينعكس تبعاً لذلك على قيم الآنية والفورية والمصداقية، وهو الأمر الذي يدفع الناس عادة إلى متابعة وسائل الإعلام.

غير أنه يمكن النظر من زاوية أخرى إلى أن قدرة القناة السعودية الأولى على احتلال المرتبة الثالثة في قائمة القنوات الأربع الأكثر أهمية، مع كونها قناة حكومية رسمية وهو ما اتضح في عرض النتائج في الجدول السابق، يدل على بعد آخر في أنماط التعرض والمشاهدة، فحيث يمكن النظر إلى قناة MBC باعتبارها قناة متنوعة عامة تشبع كثيراً من الاحتياجات المعرفية، وإلى قناة الجزيرة باعتبارها قناة اخبارية متخصصة، وإلى قناة المجد باعتبارها قناة دينية عامة، بحيث يمكن لهاتين القناتين الأخيرتين أن يشبعا احتياجات الجمهور في أنواع متخصصة من المواد التلفزيونية، فإن القناة السعودية الأولى تبقى على الرغم من كونها حكومية رسمية؛ ذات مكانة مهمة لدى أفراد العينة لاعتبار اهتمامها بالشأن المحلي في المقام الأول، وهو ما لا تتيحه القنوات الأخرى المذكورة، مع الأخذ بالاعتبار أنها قناة متاحة، حيث البث الأرضي الذي لا يتطلب أجهزة استقبال فضائية. إضافة لما قد يعتقده بعض الجمهور من عدم ملاءمة مشاهدة كثير من القنوات الفضائية، الأمر الذي يرفع غالباً مدى مشاهدة القناة المحلية.

ثالثاً: نوع القنوات المفضلة

تمت الإشارة إلى أن العدد الإجمالي لقنوات التلفزيون التي يشاهدها أفراد العينة قد بلغ 317 قناة تلفزيونية موزعة حسب مستويات ترتيب مدى أهمية تلك القنوات لدى أفراد العينة (ملحق رقم 7). وقد دلت النتائج على أن هذه القنوات تتنوع بحسب مجال اهتمامها ومضامينها الإعلامية.

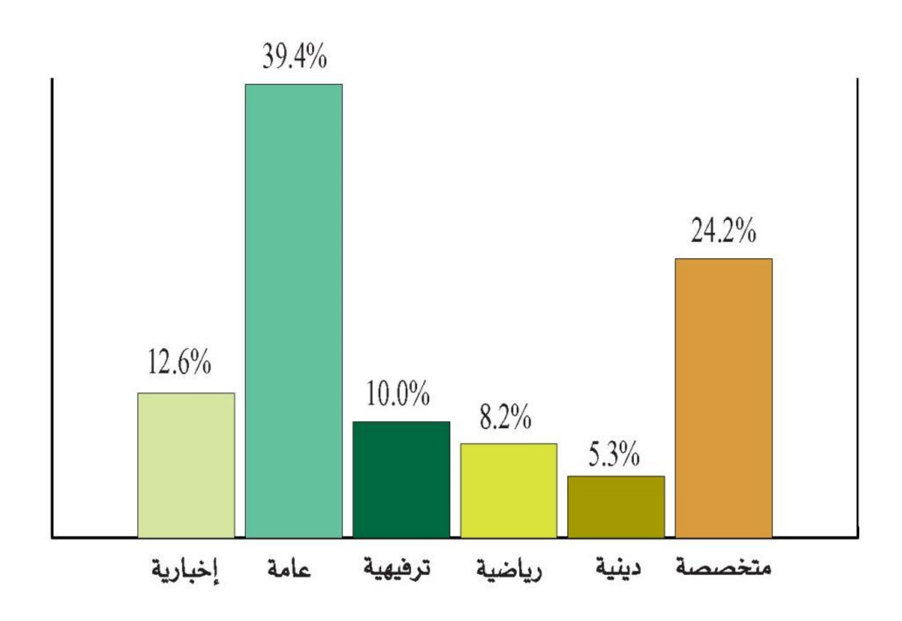
ويشير الجدول رقم (2-52) إلى تقسيم تلك القنوات إلى ستة أنواع، تشمل: (القنوات الإخبارية) التي بلغت نسبتها 12.62٪؛ وهي: القنوات التي تقدم الخدمات الإخبارية المتخصصة، مثل: العربية والجزيرة وقناة الإخبارية السعودية. يأتي بعد ذلك (القنوات العامة) التي حصلت على نسبة 39.43٪ من مجموع القنوات؛ وهي: القنوات التي تقدم الخدمات العامة التي تشمل الأخبار والبرامج الإخبارية والبرامج الحوارية المتنوعة والأفلام والمسلسلات والبرامج الرياضية والمتخصصة الأخرى. وتأتي بعد ذلك (القنوات الترفيهية والغنائية) حيث حصلت على نسبة قدرها 10.9٪، وهي: القنوات المعنية في المقام الأول ببرامج الترفيه والبرامج الغنائية والموسيقى، مثل: قناة روتانا، وقناة MTV MUSIC. ويأتي بعد ذلك (القنوات الرياضية) التي حصلت على 8.20٪ ؛ وهي: قنوات متخصصة في تقديم المضامين الرياضية. وتأتي بعد ذلك مجموعة (القنوات الدينية) التي حصلت على نسبة 5.36٪، وهي: القنوات ذات الطابع الديني، على نحو: قناة المجد، وقناة المنار، وقناة اقرأ. وهناك مجموعة أخرى من القنوات التي تم جمعها في فئة واحدة تحت مسمى (القنوات المتخصصة)، وهي: القنوات التي تقدم خدمات إعلامية متخصصة غير الإخبارية والترفيهية والرياضية، وقد بلغت نسبة هذه القنوات 24.29٪ من مجموع القنوات التي يشاهدها أفراد العينة. وتشمل هذه القنوات مجموعة القنوات المتخصصة في الاقتصاد، أو في الأفلام، أو في برامج الأطفال،أو القنوات التعليمية. وقد تم جمع تلك القنوات في فئة واحدة نظراً لتشتت تكراراتها وضعفها، مما لا يمكن معه الوصول إلى دلالة كمية فيما لو تم النظر إلى كل نوع من هذه القنوات بشكل مستقل.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أن أفراد العينة يشاهدون معظم أنواع وأشكال قنوات التلفزيون الفضائية بشكل يصعب معه تغليب نوع على نوع آخر. فعلى الرغم مما دلت عليه نتائج الدراسة من ارتفاع نسبة القنوات العامة؛ إلا أن هذا الأمر ينظر إليه في إطار الارتفاع الكمي لهذه القنوات أصلاً في مقابل الأنواع الأخرى من القنوات. وعلى ذلك، فإن الخلاصة المهمة هي: أن أفراد العينة يتمتعون بقدرة كبيرة على مشاهدة مجموعة واسعة من قنوات التلفزيون الفضائية. وتؤكد هذه النتيجة أهمية مراعاة هذا الجانب المعرفي المتقدم الذي يمكن تصوره لدى الشباب عند إعداد البرامج التوجيهية والإرشادية والمعرفية العامة لهم، وكذلك من المهم التنبه إلى هذا المستوى المعرفي لدى الشباب عند محاولة فهم اتجاهاتهم وآرائهم نحو الأحداث والقضايا العامة على الساحتين المحلية والدولية.

جدول رقم (2-52) نوع القنوات المفضلة

القنوات	التكرار	النسبة %
إخبارية	40	12.62
عامة	125	39.43
ترفيهية وغنائية	32	10.09
رياضية	26	8.20
دينية	17	5.36
متخصصة	77	24.29
المجموع	317	100%

شكل رقم (2-52) نوع القنوات المفضلة



الخلاصة:

اتضح من نتائج التحليل أن قنوات التلفزيون الأربع الأكثر أهمية بالنسبة لأفراد العينة؛ هي كل من: قناة MBC في المرتبة الأولى، يليها قناة الجزيرة، ثم القناة السعودية الأولى، وفي المرتبة الرابعة تأتي قناة المجد. كما اتضح أن قناة MBC تأتي في الصدارة دائماً في مختلف مستويات الترتيب من المرتبة الأولى إلى المرتبة الرابعة، وتتقدم القناة السعودية الأولى إلى الرقم 2 في حال المرتبة الأولى في حين تسبقها قناة الجزيرة في حال المرتبة الثالثة، لتتأخر القناة السعودية الأولى إلى رقم 3. وهذا الأمر هو الذي جعل الجزيرة تحتل الرقم 2 في الترتيب العام للقنوات. وبمعادلة قريبة جاءت قناة المجد في المرتبة العامة الرابعة نظراً لحصولها على نسبة تكرارات عالية لدى أفراد العينة التي أعطتها الرقم 4 في حال المرتبة الأولى، وبالتالي لم تتأثر نسبتها العامة بتأخر درجة أهميتها إلى الرقم 7 و 10 و 12 لدى مجموعة العينة عند اختيارهم لمستويات الترتيب الثاني والثالث والرابع.

كما اتضح أن القناة السعودية الأولى هي القناة الحكومية الرسمية الوحيدة من بين القنوات الأربع ذات الصدارة؛ حيث تعد القنوات الأخرى قنوات خاصة. وهذه النتيجة يدعمها فحص النتائج العامة لتقسيم القنوات الأكثر مشاهدة بحسب ملكيتها، حيث اتضح أن نسبة القنوات الخاصة يزيد إلى الضعف في مقابل القنوات الحكومية التي يشاهدها أفراد العينة. ومن جانب آخر، أظهرت الدراسة تنوعاً كبيراً في نوعية القنوات التي تشاهدها العينة؛ حيث شمل ذلك القنوات الإخبارية والقنوات العامة والترفيهية الغنائية والرياضية والدينية والمتخصصة الأخرى.

وقد تم توضيح أن هذه البيئة الإعلامية الاتصالية الغنية ستلقي بالضرورة عوائدها على مجموعة الشباب، حيث تتمتع عينة الدراسة بقدرة عالية على التعرض، لكنه كما يبدو تعرض لا يزال يتسم بشيء من العمومية، حيث يمكن القول بأنه: لم تتحدد بعد ثقافة اتصالية انتقائية متكاملة، وذلك على الرغم من أن القنوات الأربع ذات الصدارة بالأولية تمثل فعلا تنوعاً موضوعياً ممتازاً، حيث اشتملت على إخبارية وعامة ودينية ورسمية وطنية. لكن النسب الأخرى المتشتتة للقنوات الأخرى تؤكد أن بيئة الاتصال لدى الشباب لا تزال بيئة منفتحة وقابلة للتغير والتشكل والتكون وفق متغيرات كثيرة سيكون بدون شك للبيئة المحيطة والعالمية دور فيها.

الفصل الثالث

قراءة الكتب (عدا الكتب الدراسية)

قــراءة الكتــب (عدا الكتب الدراسية)

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى قراءتهم للكتب (عدا الكتب الدراسية)، وفيما إذا كانت تلك القراءة تتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تقرأ تلك الكتب «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط الكتب غير الدراسية وقراءتهم لها، وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-53 إلى 2-58) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

قراءة الكتب حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-53) وجود فرق واضح بين الذكور الذين يقرأون الكتب «دائماً»، حيث بلغت نسبتهم 16.4٪، والإناث اللاتي بلغت نسبتهن 23.2٪. كما كان الفرق طفيفاً بين الذكور الذين يقرأون الكتب «أحياناً» بنسبة بلغت 42.4٪، في مقابل الإناث اللاتي بلغت نسبتهن 44.6٪. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة من هم في فئة «قليل جداً» لتصل نسبتهم لدى الذكور 28.2٪، في مقابل 23.5٪ لدى الإناث.

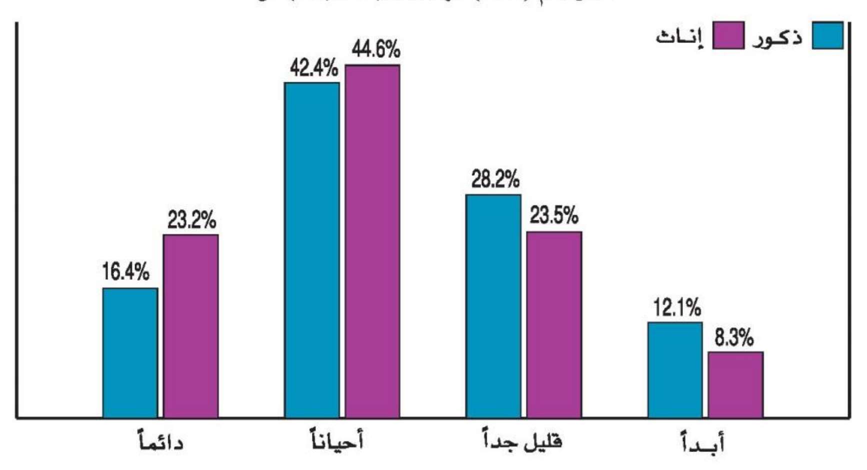
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير الجنس يعد متغيراً مهماً في قراءة الكتب، وبخاصة عند من يقرأون الكتب «دائماً»، مع تقدم الإناث على الذكور في عملية القراءة تلك. وقد لا ينبغي النظر إلى هذه النتيجة باعتبارها نتيجة مفاجئة، حيث تتكامل بشكل جيد مع ما سبقها من نتائج ذات علاقة بجنس أفراد العينة، ويتضح ذلك من النتائج التي سيرد ذكرها لاحقاً والمتعلقة مثلاً بتقدم الذكور على الإناث في استخدام الإنترنت، أو في مشاهدة قنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية. فإذا كانت مجمل الأسباب تدور حول البيئة الاتصالية الأكثر انفتاحاً لدى الذكور منها لدى الإناث في المجتمع السعودي، فإن الكتب العامة تعد بمثابة البديل الاستراتيجي بالنسبة للإناث. وبذلك يمكن تفسير هذه النتيجة بأن المرأة السعودية تجد في الكتاب وسيلة معرفة واتصال أيسر وأوفر في مقابل الذكور الذين تتعدد أمامهم البدائل. ويؤكد هذه النتيجة ما تشير إليه بعض دراسات الإعلام المتخصص من إقبال الإناث بشكل عام على قراءة المجلات المتخصصة أكثر من إقبال الذكور عليها. وفي هذا الإطار يمكن الإشارة إلى نتائج الدراسة المتعلقة بمشاهدة العينة للبرامج الثقافية، حيث تقدم الإناث على الذكور بشكل ملحوظ، مما يؤكد من جديد اهتمام المرأة السعودية بالشأن الثقافي، من جانب آخر، أن الشأن الثقافي هو الشأن الأيسر للمرأة في مقابل المجالات الأخرى التي تبدو متاحة بشكل أفضل للرجل في المجتمع السعودي.

جدول رقم (2-53) قراءة الكتب حسب الجنس

الجنس / درجة الاطلاع	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	258	16.4	366	23.2	624	19.8
أحياناً	668	42.4	702	44.6	1370	43.5
قليل جداً	444	28.2	370	23.5	814	25.8
أبداً	190	12.1	130	8.3	320	10.2
غير مبين	15	1.0	7	0.4	22	0.7
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 40,965 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-53) قراءة الكتب حسب الجنس



قراءة الكتب حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-54) أن الفروق قد جاءت طفيفة أو بسيطة بين جميع الفئات العمرية لأفراد العينة، فيما يتعلق بقراءة الكتب بشكل عام، وبلغت نسبة الذين يقرأون تلك الكتب «دائماً» من الفئة العمرية الأكبر سناً 25-29 سنة 21.3٪، في مقابل 20.3٪ للفئة العمرية 20- 24 سنة، و17.8٪ للفئة العمرية الأصغر سناً 15-19 سنة. وبلغت نسبة من يقرأون الكتب «أحياناً» من الفئة العمرية الأكبر سناً 45.5٪، في مقابل 44.0٪ للفئة العمرية 20- 24 سنة ، و41.0٪ للفئة العمرية الأصغر سناً.

ويشير الجدول إجمالاً إلى أنه بشكل عام، يمكن أن ينظر إلى متغير العمر باعتباره عاملاً مهماً إلى حدٍ ما في قراءة الكتب، لدى أفراد العينة، وذلك بوجود فروق بين الفئة العمرية الأكبر والفئة العمرية الأصغر لصالح الفئات العمرية الأكبر. وقد يفسر هذا الفرق بأنه ذو دلالة على أن الكبار من أفراد العينة أكثر قراءة للكتب من الصغار، وهذا التفسير سيكون منطقياً ومقبولاً، وهو ما أشارت إليه قيمة مربع كاي، لكن ضعف الفوارق بين الفئات العمرية، بشكل عام، يشير إلى نتيجة أعمق من مجرد النظرة الأولى للفرق الطفيف أو البسيط بين الفئات العمرية، وهذه النتيجة هي أن الشباب عموما لا يملكون ميلاً للقراءة العامة، ولتقاربهم في هذا الوضع تقلصت الفوارق بينهم بشكل لم يعد معه العمر يمثل متغيراً فعالاً في عملية القراءة، على الرغم من وجود فوارق بسيطة بينهم.

جدول رقم (2-54) قراءة الكتب حسب العمر

العمر / درجة الاطلاع	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	187	17.8	213	20.3	224	21.3	624	19.8
أحياناً	430	41.0	462	44.0	478	45.5	1370	43.5
قليل جداً	291	27.7	279	26.6	244	23.2	814	25.8
أبداً	133	12.7	91	8.7	96	9.1	320	10.2
غير مبين	9	0.9	5	0.5	8	0.8	22	0.7
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 23,531 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-54) قراءة الكتب حسب العمر

دائماً: 17.8% 20.3% 21.3%
أحياناً: 41.0% 44.0% 45.5%
قليل جداً: 27.7% 26.6% 23.2%
أبداً: 12.7% 8.7% 9.1%

15-19سنة 20-24سنة 25-29 سنة

قراءة الكتب حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-55) أن الفروق قد جاءت طفيفة أو بسيطة بين المتزوجين وغير المتزوجين في قراءة الكتب، حيث بلغت نسبة المتزوجين الذين يقرأون تلك الكتب «دائماً» 21.4٪، في مقابل 19.3٪ لغير المتزوجين. أما الذين يقرأون الكتب من المتزوجين «أحياناً» فقد بلغت نسبتهم 46.3٪، في مقابل 42.4٪ لغير المتزوجين، وقد انعكس ذلك على من هم في فئة «قليل جداً» بنسبة بلغت 22.9٪ للمتزوجين، و27.1٪ لغير المتزوجين.

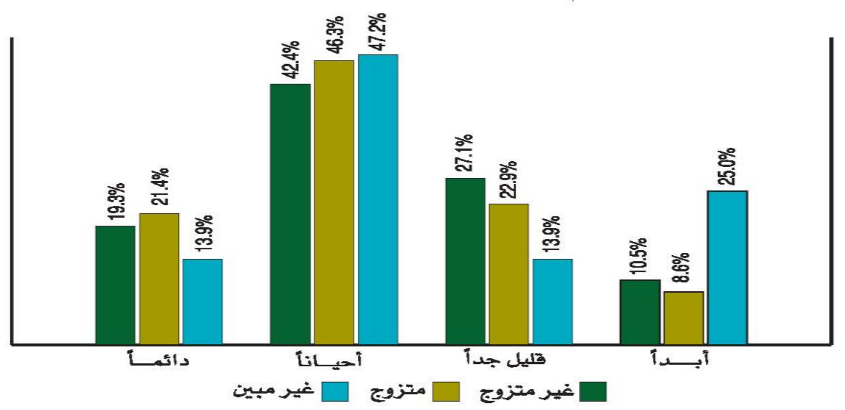
ويشير الجدول إجمالاً إلى أنه مثلما تقلصت الفروق بين الفئات العمرية المشار إليها في الجدول السابق، فإن الحالة الاجتماعية أيضا لا تبدو متغيراً شديد الأهمية، لكن على الرغم من ذلك؛ فإن ثمة فروق بين المتزوجين وغيرهم تعد لصالح المتزوجين غالباً، ونظراً لأن الفروق ليست كبيرة، فإنه يمكن فهم هذه النتيجة على أساس أنه في حين عدم ترسخ ثقافة القراءة أصلاً لدى أفراد العينة، فإن الفروق المعتمدة على خصائصهم الذاتية ستكون ليست ذات دلالة كبيرة، وإن بدت بعض الفروق.

جدول رقم (2-55) قراءة الكتب حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة الاطلاع	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	439	19.3	180	21.4	5	13.9	624	19.8
أحياناً	963	42.4	390	46.3	17	47.2	1370	43.5
قليل جداً	616	27.1	193	22.9	5	13.9	814	25.8
أبداً	239	10.5	72	8.6	9	25.0	320	10.2
غير مبين	15	0.7	7	0.8	-	-	22	0.7
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 24,302 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-55) قراءة الكتب حسب الحالة الاجتماعية



قراءة الكتب حسب المهنة

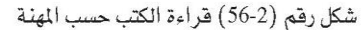
يوضح الجدول رقم (2-56) تقدم الذين لا يعملون عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في قراءة الكتب في حال القراءة «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 27.7٪، ويليهم موظفو القطاع الخاص بفارق واضح وبنسبة 21.5٪، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 20.7٪، ثم الطلاب بنسبة 19.1٪، والموظفون العسكريون بنسبة 14.3٪. وأخيراً ربات المنازل بنسبة 11.7٪. أما في حالة قراءة الكتب «أحياناً» فقد بلغت نسبة الموظفين المدنيين 49.6٪، يليهم الطلاب بنسبة 43.1٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 42.5٪ ثم ربات المنازل بنسبة 40.9٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 38.7٪، وأخيراً الموظفون العسكريون بنسبة 36.3٪. كما بلغت نسبة الذين هم في فئة «قليل جداً» من الموظفين العسكريين 34.1٪، يليهم ربات المنازل بنسبة 31.4٪، ثم الطلاب بنسبة 27.0٪، وموظفو القطاع الخاص بنسبة 26.3٪، والموظفون المدنيون بنسبة 22.3٪، وأخيراً الذين لا يعملون بنسبة 20.3٪. وقد انعكست هذه النتائج على نسبة الذين لا يقرأون الكتب «أبداً» لتنحصر بين 6.6٪ للموظفين المدنيين، و14.3٪ للموظفين العسكريين.

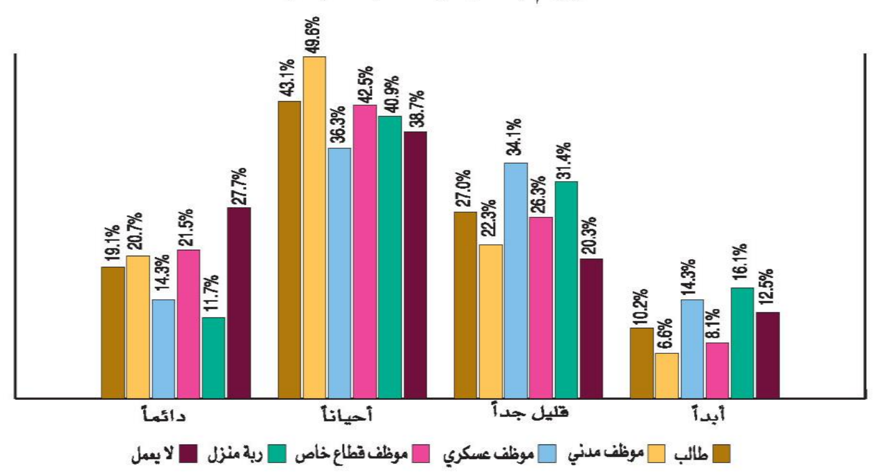
ويشير الجدول إجمالاً إلى ما تمت الإشارة إليه في الجدولين السابقين من تدني قيمة القراءة العامة لدى معظم أفراد العينة، حيث أشارت نتائج هذا الجدول إلى ارتفاع مستوى القراءة لدى الذين لا يعملون والموظفين المدنيين في مقابل غيرهم من العاملين أو الطلاب أو ربات المنازل، وذلك لأن عملية القراءة كما يبدو قد ارتبطت بمدى توفر الوقت، وبقدر الفراغ المتاح، أكثر من كونها قيمة علمية معرفية مترسخة، ولذلك ارتفعت نسبة الذين يقرأون بين الذين لا يعملون. وعلى أية حال، فإن هذه النتيجة تشير بوضوح إلى أن الكتاب بشكل عام يحظى بأهمية أكبر لدى الذين لا يعملون، وبخاصة في حال كانت القراءة «دائماً». كما يمكن فهم انخفاض مدى قراءة الكتب لدى الموظفين العسكريين باعتبار أن من بينهم من يحملون مؤهلاً دراسياً لا يتعدى المرحلة الابتدائية.

جدول رقم (2-56) قراءة الكتب حسب المهنة

المهنة / درجة الاطلاع	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	356	19.1	113	20.7	13	14.3	40	21.5	16	11.7	75	27.7	11	20.8	624	19.8
أحياناً	805	43.1	271	49.6	33	36.3	79	42.5	56	40.9	105	38.7	21	39.6	1370	43.5
قليل جداً	504	27.0	122	22.3	31	34.1	49	26.3	43	31.4	55	20.3	10	18.9	814	25.8
أبداً	191	10.2	36	6.6	13	14.3	15	8.1	22	16.1	34	12.5	10	18.9	321	10.2
غير مبين	10	0.5	4	0.7	1	1.1	3	1.6	-	-	2	0.7	1	1.9	21	0.7
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 59,668 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001


شكل رقم (2-56) قراءة الكتب حسب المهنة



قراءة الكتب حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-57) أن نسبة من يقرأون الكتب عموما غير الكتب المدرسية «دائماً» بلغت 26.0٪ لدى حملة البكالوريوس والدراسات العليا، يليهم حملة الشهادة الثانوية العامة بنسبة 19.5٪، ثم حملة الشهادة الابتدائية بنسبة 18.2٪، وأخيراً حملة الشهادة المتوسطة بنسبة 16.8٪. أما الذين يقرأون تلك الكتب «أحياناً» فبلغت نسبتهم لدى حملة البكالوريوس والدراسات العليا 44.8٪، ولدى الثانوية العامة 44.3٪، ثم 42.3٪ لدى حملة الشهادة المتوسطة، و37.5٪ لدى حملة الشهادة الابتدائية. وتراوحت نسبة من يقرأون تلك الكتب «قليلاً جداً» بين 22.9٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا، و28.1٪ لحملة الشهادة المتوسطة. وانخفضت نسبة من لايقرأون تلك الكتب «أبداً» لتصل إلى ما بين 5.9٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا، و 18.2٪ لحملة الشهادة الابتدائية.

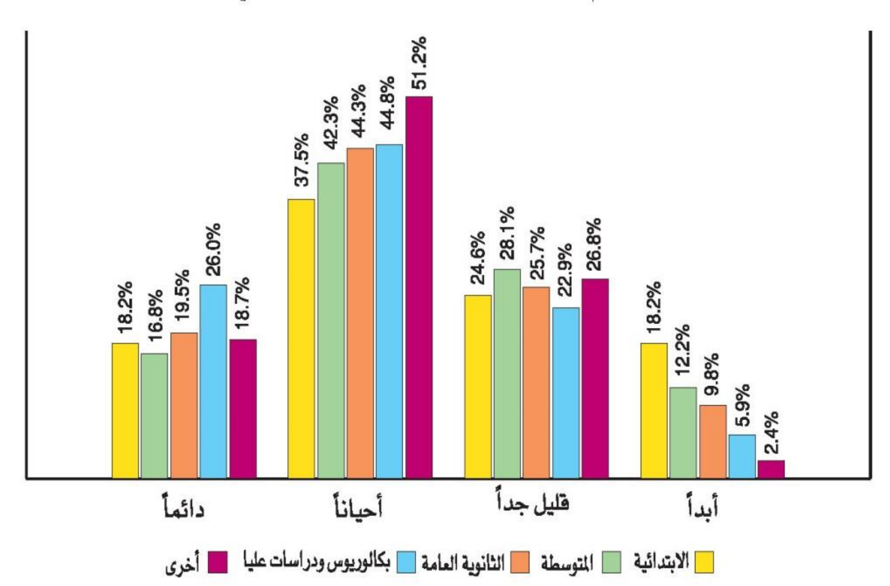
ويشير الجدول إجمالاً إلى دلالات جيدة متعلقة بالمستوى التعليمي، لتؤكد أنه عند النظر إلى المستوى التعليمي؛ فإن أصحاب المستوى التعليمي الأكبر يقرأون الكتب عموما بشكل أكثر، ويليهم من هم دونهم في المستوى التعليمي، وهكذا. وتعد هذه النتيجة منطقية لارتباط القراءة أصلا بالمستوى المعرفي للفرد. ولا تُعد هذه النتيجة متعارضة مع ما دلت عليه النتائج في الجدول السابق والذي تأخر فيه الطلاب للمرتبة الرابعة، حيث كانت النتائج السابقة تتعامل مع جميع الطلاب في جميع مراحل التعليم، أما هنا، فإن النتائج تشير إلى أفراد العينة بحسب مستوياتهم التعليمية المختلفة، وهو الأمر الذي أوضح أهمية المستوى التعليمي الأرفع في عملية قراءة الكتب (عدا الكتب الدراسية). وتؤكد هذه النتيجة، حقيقة مهمة هنا، وهي: أنه في حال استخدم الكتاب للتعامل مع فئة الشباب في برامج حالية ومستقبلية، فإن الفئة المستهدفة ستكون بناء على هذه الدراسة من هم أعلى في سلم التعليم، ثم الذين هم دونهم، وهكذا. ويبدو أن هذه النتيجة تشير إلى حدٍ كبير إلى أن الكتاب الذين يقرأ هو من فئة الكتب المعرفية والعلمية. وربما المتخصصة، فالكتب العامة وكتب القصص والروايات يبدو أنها الأقل هنا.

جدول رقم (2-57) قراءة الكتب حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي / درجة الاطلاع	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	48	18.2	171	16.8	213	19.5	159	26.0	23	18.7	10	23.3	624	19.8
أحياناً	99	37.5	430	42.3	484	44.3	274	44.8	63	51.2	20	46.5	1370	43.5
قليل جداً	65	24.6	285	28.1	281	25.7	140	22.9	33	26.8	10	23.3	814	25.8
أبـــداً	48	18.2	124	12.2	107	9.8	36	5.9	3	2.4	3	7.0	321	10.2
غير مبين	4	1.5	6	0.6	7	0.6	3	0.5	1	0.8	-	-	21	0.7
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 69,203 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-57) قراءة الكتب حسب المستوى التعليمي



قراءة الكتب حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-58) أن نسبة الذين يقرأون الكتب غير المدرسية في المنطقة الشرقية «دائماً»، قد بلغت 22.9٪، يليهم المنطقة الجنوبية بنسبة 21.6٪، ثم المنطقة الغربية بنسبة بلغت 20.6٪، ثم المنطقة الشمالية بنسبة 18.4٪، وأخيراً المنطقة الوسطى بنسبة 15.6٪. أما الذين يقرأون تلك الكتب «أحياناً»، فقد بلغت نسبتهم في المنطقة الجنوبية 46.0٪، ثم في المنطقة الغربية بنسبة 45.1٪، يليهم المنطقة الشمالية بنسبة 43.2٪، ثم المنطقة الشرقية بنسبة 42.7٪، فالمنطقة الوسطى بنسبة .40.5٪. وقد انعكست هذه النتائج تباعاً على من هم في فئة «قليل جداً» لتصل نسبتهم في المنطقة الوسطى إلى 30.5٪، وتتراوح نسبتهم في المناطق الأخرى بين 22.4٪ و 26.7٪.

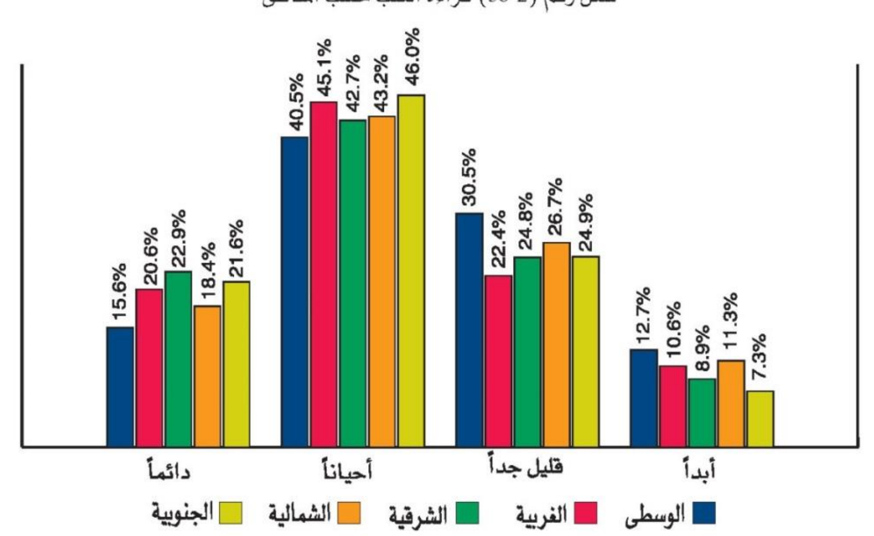
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن متغير المناطق يعد متغيراً مهماً إلى حدٍ ما في قراءة الكتب، حيث تتقدم المناطق الشرقية والجنوبية والغربية عن بقية المناطق في قراءة الكتب، وربما ارتبط هذا الأمر بما سبق أن تم إيضاحه من حيث ترسخ ثقافة اتصال أوسع في المنطقتين الشرقية والغربية في مقابل المناطق الأخرى، مما جعلهما تبدوان أكثر قدرة على الاتصال بكل ما استلزم مهارة اتصال أقوى، وقد تقدم من ذلك: القنوات الفضائية غير السعودية، وسنأتي على الإنترنت في الباب التالي، وتأتي هنا الكتب عموماً لتتكامل تلك النتائج مع بعضها بعضاً. ويؤكد هذه النتائج ارتفاع نسبة الذين هم في فئة «قليل جداً» في المنطقة الوسطى والشمالية في مقابل المناطق الأخرى.

جدول رقم (2-58) قراءة الكتب حسب المناطق

المنطقة / درجة الاطلاع	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	98	15.6	130	20.6	144	22.9	116	18.4	136	21.6	624	19.8
أحياناً	255	40.5	284	45.1	269	42.7	272	43.2	290	46.0	1370	43.5
قليل جداً	192	30.5	141	22.4	156	24.8	168	26.7	157	24.9	814	25.8
أبداً	80	12.7	67	10.6	56	8.9	71	11.3	46	7.3	320	10.2
غير مبين	5	0.8	8	1.3	5	0.8	3	0.5	1	0.2	22	0.7
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 39,923 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-58) قراءة الكتب حسب المناطق



الخلاصة:

على الرغم من أن النتائج قد أشارت في مجملها إلى أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يقرأون الكتب «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، فإن تلك النتائج لم تشر بوضوح إلى فروق ذات ارتباط بالخصائص الشخصية لأفراد العينة. فلم يتضح أهمية قوية لمتغير العمر، أو الحالة الاجتماعية، أو المهنة. واقتصرت الفروق ذات الدلالة على متغيرات الجنس، والمستوى التعليمي، والمناطق. وبالنسبة لجنس أفراد العينة؛ اتضح أن الإناث أكثر قراءة من الذكور، وتم إيضاح أن السبب في ذلك قد يعود إلى مجمل فرص الاتصال، وثقافته المترسخة لدى الذكور أكثر من الإناث في المجتمع، مما جعل الكتب بديلاً مهماً للإناث.

وبالنسبة للمستوى التعليمي، جاءت النتائج منطقية متسقة مع مستوى التحصيل المعرفي، بحيث تقدم الحاصلون على البكالوريوس والدراسات العليا على غيرهم من الفئات الأخرى، يليهم الحاصلون على الثانوية العامة، ثم الحاصلون على الشهادة المتوسطة، وأخيراً الحاصلون على الابتدائية. ويمكن الخلوص إلى نتيجة مهمة هنا مرتبطة بطبيعة الكتب التي يقرؤها الشباب من بين الكتب غير الدراسية، حيث يمكن فهم النتيجة على أساس أن قراءة الكتب إنما هي للكُتب المعرفية وربما العلمية، وتتقلص الكتب العامة على نحو الروايات، والقصص...إلخ، ذلك أن قراءة الكتب لدى الشباب ارتبطت بالمستوى التعليمي بشكل لا بأس به. وفي تجانس مع ما سبق من نتائج ذات علاقة بترسخ ثقافة الاتصال، تقدمت كل من المنطقة الشرقية والغربية والجنوبية على المناطق الأخرى في قراءة الكتب (عدا الكتب الدراسية).

الفصل الرابع

استخدام الانترنت

تمهيد

استخدام الإنترنت حسب الجنس

استخدام الإنترنت حسب العمر

استخدام الإنترنت حسب الحالة الاجتماعية

استخدام الإنترنت حسب المهنة

استخدام الإنترنت حسب المستوى التعليمي

استخدام الإنترنت حسب المناطق

الخلاصة

استخدام الإنترنت

تمهيد:

تم توجيه سؤال لأفراد العينة حول مدى استخدامهم للإنترنت، وفيما إذا كان استخدامهم يتم «دائماً» أو «أحياناً» أو «قليل جداً»، أو أن العينة لا تستخدم الإنترنت «أبداً». وقد تم ذلك بهدف التعرف على طبيعة التعامل الأمثل مستقبلاً مع فئة الشباب في المجتمع في ضوء الفهم الجيد لعادات وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام والاتصال. وكذلك محاولة استقراء ما يمكن أن يؤديه ذلك على سلوكيات الشباب وأفكارهم ومواقفهم بشكل عام. والجداول (من 2-59 إلى 2-64) تعرض النتائج التي تم التوصل إليها.

استخدام الإنترنت حسب الجنس

يوضح الجدول رقم (2-59) أن نسبة الذين يستخدمون الإنترنت من الذكور «دائماً» 28.1٪، في مقابل 15.6٪ من الإناث. كما بلغت نسبة الذين يستخدمون الإنترنت «أحياناً» من الذكور 31.4٪، في مقابل نسبة 19.0٪ من الإناث. وبذلك ارتفعت نسبة الإناث اللاتي لا يستخدمن شبكة الإنترنت «أبداً» لتصل إلى 48.0٪، في مقابل 22.0٪ من الذكور.

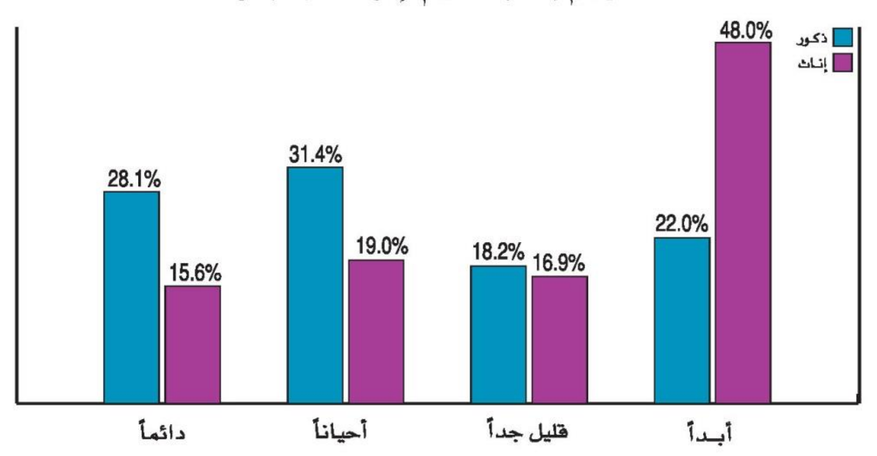
ويشير الجدول إجمالاً إلى تقدم الذكور على الإناث في استخدام الإنترنت بشكل عام، وهو فارق كبير قد يفسره في المجتمع السعودي عوامل متعددة، في مقدمتها: تفوق ثقافة الرجل الاتصالية على المرأة بشكل عام، وإتاحة مجالات ووسائل الاتصال للرجل أكثر من المرأة، وبخاصة في موضوع الإنترنت التي باتت تمثل عنصراً مهماً ليس في المنازل فقط، ولكن في مقاهي الإنترنت التي يرتادها الذكور أكثر من الإناث بفارق كبير ملحوظ. ومن جانب آخر، فإن الإنترنت تتوفر في كثير من أماكن العمل الرسمي والمكاتب التي يغلب فيها حضور الذكور على الإناث، أيضاً. ولذلك فقد لا يمكن تفسير تلك النتيجة بأهلية الذكر وكفاءته دون الأنثى في المجتمع، وذلك لأن الفرص الاتصالية غير متكافئة؛ بل هي متباينة لصالح الذكور بشكل عام. وعلى أية حال، فإن الإنترنت باعتبارها وسيلة قادرة على مخاطبة الذكور والإناث في المجتمع السعودي؛ إلا أنها تحظى بساعات تعرض أكبر لدى الذكور تصل إلى ضعف الإناث تقريباً.

جدول رقم (2-59) استخدام الإنترنت حسب الجنس

الجنس / درجة الاستخدام	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	443	28.1	245	15.6	688	21.8
أحياناً	494	31.4	299	19.0	793	25.2
قليل جداً	287	18.2	266	16.9	553	17.6
أبداً	347	22.0	756	48.0	1103	35.0
غير مبين	4	0.3	9	0.6	13	0.4
المجموع	1575	100%	1575	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 257,693 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-59) استخدام الإنترنت حسب الجنس



استخدام الإنترنت حسب العمر

يوضح الجدول رقم (2-60) تقدم الفئة العمرية 20-24سنة في استخدام الإنترنت في حالة الاستخدام «دائماً» بنسبة 23.1٪، في مقابل الفئة العمرية 15-19سنة؛ حيث بلغت نسبتهم 21.0٪، وبلغت النسبة 21.3٪ للفئة العمرية 25-29 سنة. وبالمثل تتقدم الفئة 20-24 سنة بالنسبة للذين يستخدمون الإنترنت «أحياناً» بنسبة بلغت 26.3٪، في مقابل 24.7٪ للفئة 25-29سنة، و24.6٪ للفئة 15-19سنة. وبالسياق نفسه تتقدم الفئة العمرية 15-19سنة بالنسبة للذين لا يستخدمون الإنترنت «أبداً» لتبلغ 37.3٪، في مقابل 35.2 للفئة العمرية 25-29سنة، و32.5٪ للفئة العمرية 20-24سنة.

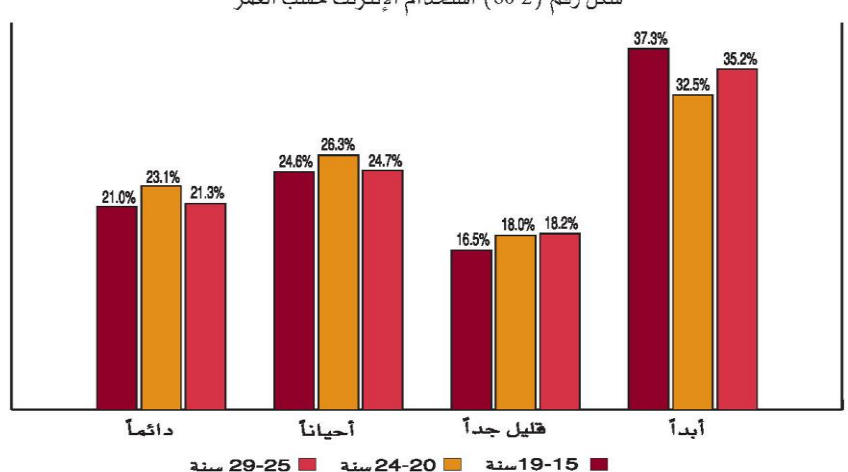
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن الاستخدام الأكثر للإنترنت يكون لدى الفئة العمرية 20-24 سنة. وذلك على الرغم من أن الفروق المتعلقة بعمر أفراد العينة بشكل عام لا تتجاوز أن تكون فروقاً طفيفة في جميع الحالات، وقد يصح تفسير ذلك بأن الإنترنت ونظراً لحداثتها النسبية لا تزال تمثل مصدر جذب لجميع الأعمار بدرجات متقاربة، حيث يمكن القول: إن ثقافة استخدام الإنترنت لم تترسخ بعد في المجتمع بشكل يحدد مدى استخدامها لدى كل فئة عمرية بطريقة تختلف عن الفئات الأخرى، فهي بقدر ما هي وسيلة اتصال ومعلومات، فإنها لا تزال تعتبر وسيلة ترفيه وقضاء وقت، وأهم من ذلك وسيلة اكتشاف آفاق جديدة وثقافات مختلفة. وعلى هذا الأساس، يمكن القول بأن استخدام الإنترنت في المجتمع السعودي يعد مرتفعاً بين الشباب على اختلاف أعمارهم دون فوارق مهمة على اعتبار أعمار الشباب، وهو ما أشارت إليه قيمة مربع كاي. وهذه النتيجة تؤكد أهمية الإنترنت في حياة الشباب وقدرتها على استقطاب اهتمامهم، الأمر الذي يجعل استخدامها في برامج التوجيه والتنشئة خياراً مهماً جداً في المرحلة الحالية.

جدول رقم (2-60) استخدام الإنترنت حسب العمر

العمر / درجة الاستخدام	15-19 سنة		20-24 سنة		25-29 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائماً	221	21.0	243	23.1	224	21.3	688	21.8
أحياناً	258	24.6	276	26.3	259	24.7	793	25.2
قليل جداً	173	16.5	189	18.0	191	18.2	553	17.6
أبداً	392	37.3	341	32.5	370	35.2	1103	35.0
غير مبين	6	0.6	1	0.1	6	0.6	13	0.4
المجموع	1050	100%	1050	100%	1050	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 8,746 وهي غير دالة إحصائياً.

شكل رقم (2-60) استخدام الإنترنت حسب العمر



استخدام الإنترنت حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (2-61) أن نسبة غير المتزوجين الذين يستخدمون الإنترنت «دائماً» بلغت 23.3٪، في مقابل 18.1٪ للمتزوجين. أما الذين يستخدمون الإنترنت من غير المتزوجين «أحياناً»، فقد بلغت نسبتهم 25.5٪، في مقابل 24.1٪ للمتزوجين. وتتعادل الفئتان تقريبا بالنسبة للذين يستخدمون الإنترنت «قليل جداً» بنسبة تتراوح بين 17.4٪ و 17.8٪.

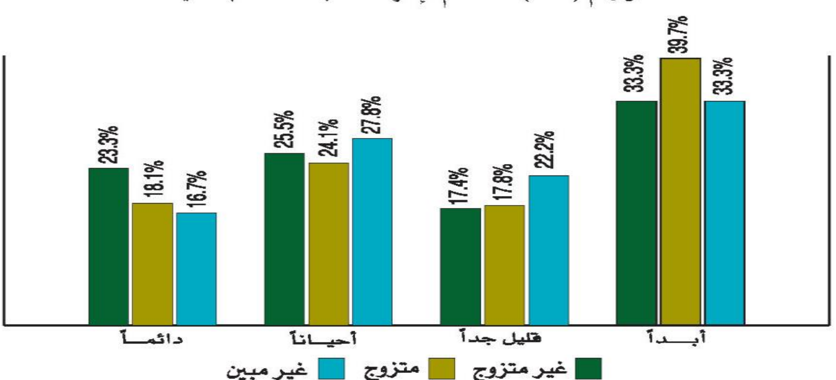
ويشير الجدول إجمالاً إلى وجود فروقٍ بسيطة أو طفيفة يتفوق فيها غير المتزوجين على المتزوجين في استخدام الإنترنت. وحيث يمكن النظر إلى هذه الفروق على أساس أنها غير ذات دلالة كبيرة، فقد يصح تفسير تلك الفروق بالنظر إلى كمية الوقت المتاح لغير المتزوجين وإمكانية إفادتهم من ساعات أكثر أمام الإنترنت؛ سواء داخل المنزل أو خارجه، في المكاتب أو في مقاهي الإنترنت. وبشكل عام، لا يمكن الاعتماد على الحالة الاجتماعية باعتبارها متغيراً مؤثراً قائماً بذاته في عملية التعرض لشبكة الإنترنت، فلذلك علاقة بمتغيري العمر والمستوى التعليمي للفرد.

جدول رقم (2-61) استخدام الإنترنت حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية / درجة الاستخدام	غير متزوج		متزوج		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	530	23.3	152	18.1	6	16.7	688	21.8
أحياناً	580	25.5	203	24.1	10	27.8	793	25.2
قليل جداً	395	17.4	150	17.8	8	22.2	553	17.6
أبداً	757	33.3	334	39.7	12	33.3	1103	35.0
غير مبين	10	0.4	3	0.4	-	-	13	0.4
المجموع	2272	100%	842	100%	36	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 18,163 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-61) استخدام الإنترنت حسب الحالة الاجتماعية



استخدام الإنترنت حسب المهنة

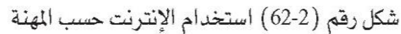
يوضح الجدول رقم (2-62) تقدم موظفي القطاع الخاص عن بقية الفئات الأخرى من أفراد العينة في استخدام الإنترنت في حال الاستخدام «دائماً»، فقد بلغت نسبتهم 32.3٪، يليهم الطلاب؛ حيث بلغت نسبتهم 22.8٪، يليهم الموظفون المدنيون بنسبة 22.2٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 20.7٪، ثم الموظفون العسكريون بنسبة 14.3٪. وأخيراً ربات المنازل بنسبة 2.9٪. أما في حالة استخدام الإنترنت «أحياناً»، فقد بلغت نسبة الموظفين العسكريين 26.4٪، يليهم الطلاب بنسبة 26.3٪، ثم الموظفون المدنيون بنسبة 26.0٪، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة 25.3٪، ثم الذين لا يعملون بنسبة 22.1٪، وأخيراً ربات المنازل بنسبة 10.2٪. وانحصرت نسبة الذين هم في فئة «قليل جداً» بين 13.1٪ لربات المنازل، و 26.4٪ للموظفين العسكريين. وقد انعكست هذه النتائج المنخفضة نسبيا على نسبة الذين لا يستخدمون الإنترنت «أبداً» لتصل إلى 73.0٪ لدى ربات المنازل، يليهم الذين لا يعملون بنسبة 38.4٪، ثم الموظفون المدنيون، والطلاب، والموظفون العسكريون بنسب بلغت 33.0٪ تقريباً، وأخيراً موظفو القطاع الخاص بنسبة بلغت 25.3٪.

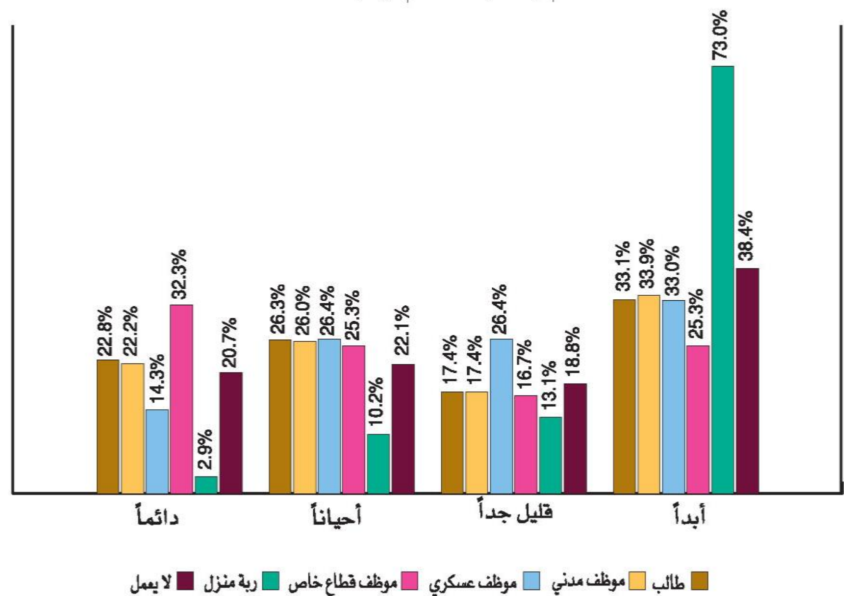
ويشير الجدول إجمالاً إلى حقيقة اتصالية مهمة، وهي أنه في حال عرض نتائج الدراسة المتعلقة بقراءة الصحف؛ جاء كل من الموظفين المدنيين والعسكريين وموظفي القطاع الخاص في المقدمة، أما هنا فيتقدم موظفو القطاع الخاص على غيرهم في حال التعرض «دائماً»، ويليهم الطلاب، فالموظفون المدنيون، ويتأخر الموظفون العسكريون، وربات المنازل. ويمكن تفسير ذلك بالارتباط الجيد بين استخدام الإنترنت وطبيعة الاحتياجات الخاصة بكل مستخدم استناداً إلى مهنته، فحيث لم تشر النتائج السابقة والمتعلقة بالفئة العمرية أو الحالة الاجتماعية إلى فوارق كبيرة مهمة؛ جاءت المهنة هنا لتوضح أن استخدام الإنترنت يبدو مرتبطاً بطبيعة المهنة بشكل أكبر من ارتباطه بمجموعة الخصائص الأخرى لأفراد العينة.

جدول رقم (2-62) استخدام الإنترنت حسب المهنة

المهنة / درجة الاستخدام	طالب		موظف مدني		موظف عسكري		موظف قطاع خاص		ربة منزل		لا يعمل		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	425	22.8	121	22.2	13	14.3	60	32.3	4	2.9	56	20.7	9	17.0	688	21.8
أحياناً	491	26.3	142	26.0	24	26.4	47	25.3	14	10.2	60	22.1	17	32.1	795	25.2
قليل جداً	324	17.4	95	17.4	24	26.4	31	16.7	18	13.1	51	18.8	9	17.0	552	17.5
أبداً	618	33.1	185	33.9	30	33.0	47	25.3	100	73.0	104	38.4	18	34.0	1102	35.0
غير مبين	8	0.4	3	0.5	-	-	1	0.5	1	0.7	-	-	-	-	13	0.4
المجموع	1866	100%	546	100%	91	100%	186	100%	137	100%	271	100%	53	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 123,854 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001


شكل رقم (2-62) استخدام الإنترنت حسب المهنة



استخدام الإنترنت حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم (2-63) أن نسبة الذين يستخدمون الإنترنت من أفراد العينة «دائماً» تبلغ 23.7٪ لدى حملة البكالوريوس والدراسات العليا، يليهم الثانوية العامة بنسبة 23.4٪، ثم المتوسطة 20.1٪، والابتدائية 16.3٪. أما الذين يستخدمون الإنترنت «أحياناً»؛ فبلغت نسبتهم لدى حملة الثانوية العامة 27.0٪، في مقابل 25.8٪ لحملة البكالوريوس والدراسات العليا، و 23.6٪ لحملة الشهادة المتوسطة، و19.7٪ لحملة الابتدائية. وبنسب متقاربة جاءت نسبة الذين يستخدمون الإنترنت «قليل جداً» حيث بلغت 19.0٪ لدى حملة البكالوريوس والدراسات العليا، و 18.5٪ للثانوية العامة، و 16.3٪ لحملة الشهادة المتوسطة، و14.0٪ لحملة الشهادة الابتدائية. وأدت هذه النسب المنخفضة إلى الارتفاع النسبي لدى الذين لا يستخدمون الإنترنت «أبداً»؛ حيث بلغت نسبتهم لدى حملة الشهادة الابتدائية 49.2٪، يليهم المتوسطة بنسبة 39.4٪، ثم البكالوريوس والدراسات العليا بنسبة 31.2٪، وأخيراً حملة الشهادة الثانوية العامة بنسبة 30.8٪.

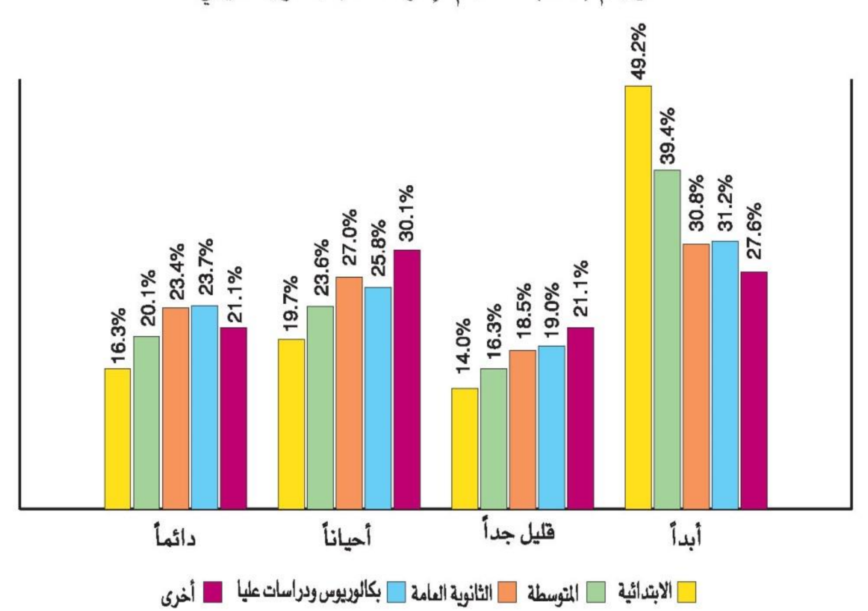
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن ثمة ارتباط طردي إيجابي ملحوظ بين استخدام الإنترنت ومتغير المستوى التعليمي، فالحاصلون على تأهيل أعلى يكونون أكثر استخداماً للإنترنت من غيرهم؛ وجاء ذلك بشكل أوضح بالنسبة لمن يستخدمون الإنترنت «دائماً». وقد تدل هذه النتائج على أن استخدام الإنترنت موجه لاحتياجات اتصالية معرفية، كما يمكن تفسير النتائج أيضا على أساس أن الفئة الأكثر تعليماً هي الأقدر على التعامل مع الإنترنت وبخاصة في ما يحتاج إلى لغات أخرى غير اللغة العربية.

جدول رقم (2-63) استخدام الإنترنت حسب المستوى التعليمي

درجة الاستخدام / المستوى التعليمي	الابتدائية		المتوسطة		الثانوية العامة		بكالوريوس ودراسات عليا		أخرى		غير مبين		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	43	16.3	204	20.1	256	23.4	145	23.7	26	21.1	14	32.6	688	21.8
أحياناً	52	19.7	240	23.6	295	27.0	158	25.8	37	30.1	13	30.2	795	25.2
قليل جداً	37	14.0	166	16.3	202	18.5	116	19.0	26	21.1	5	11.6	552	17.5
أبـــداً	130	49.2	400	39.4	336	30.8	191	31.2	34	27.6	11	25.6	1102	35.0
غير مبين	2	0.8	6	0.6	3	0.3	2	0.3	-	-	-	-	13	0.4
المجموع	264	100%	1016	100%	1092	100%	612	100%	123	100%	43	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 57,515 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-63) استخدام الإنترنت حسب المستوى التعليمي



استخدام الإنترنت حسب المناطق

يوضح الجدول رقم (2-64) زيادة نسبة من يستخدمون الإنترنت في المنطقة الغربية «دائماً» عن بقية المناطق، بنسبة بلغت 28.3٪، يلي ذلك المنطقة الشرقية بنسبة 24.8٪، ثم المنطقة الجنوبية بنسبة 19.7٪، ثم المنطقة الوسطى 18.9٪، وأخيراً المنطقة الشمالية بنسبة 17.6٪. أما استخدام الإنترنت «أحياناً» بحسب المناطق فقد جاءت نسبة المنطقة الشرقية 28.6٪، يليها المنطقة الغربية بنسبة 25.9٪. ومن جانب آخر، ارتفعت نسبة الذين لا يستخدمون الإنترنت «أبداً» في المنطقة الشمالية لتصل إلى 40.3٪، مع ارتفاع نسبي في بقية المناطق، حيث بلغت النسبة في المنطقة الوسطى 37.6٪، وفي المنطقة الجنوبية 36.0٪، وفي المنطقة الغربية 32.1٪، والمنطقة الشرقية 29.0٪.

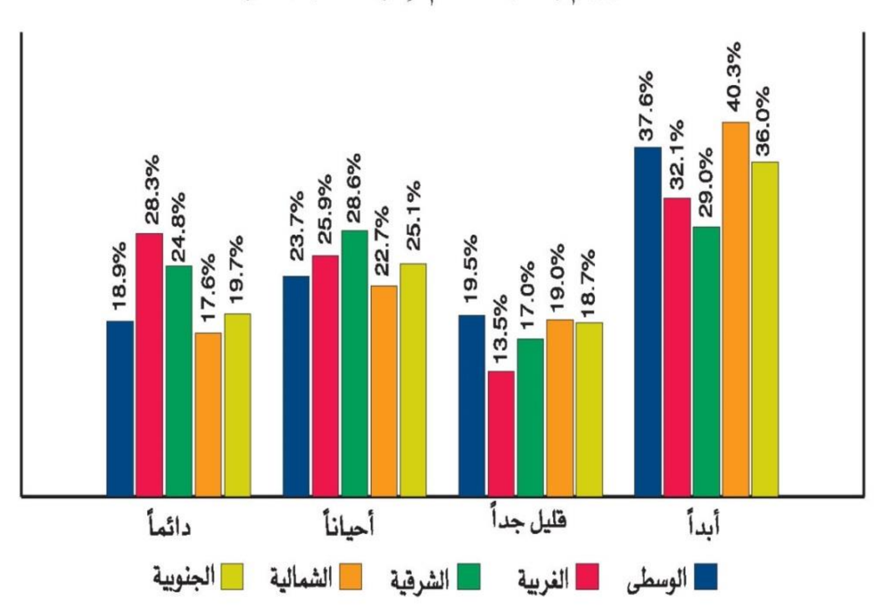
ويشير الجدول إجمالاً إلى أن هناك فروقاً بين المناطق، وهي فروق ذات أهمية في عملية استخدام الإنترنت، فقد سجلت تلك النتائج فرقاً كبيراً جداً بالنسبة للذين يستخدمون الإنترنت «دائماً» في المنطقتين الغربية والشرقية، مقارنة ببقية المناطق. وتدل هذه النتائج على اتساق جيد بينها وبين النتائج المتعلقة بمشاهدة أفراد العينة لقنوات التلفزيون الفضائية غير السعودية، حيث يبدو أن الأسباب التي سبق ذكرها هي نفسها التي أدت إلى ارتفاع نسبة استخدام أفراد العينة في هاتين المنطقتين للإنترنت في مقابل المناطق الأخرى، وهي أسباب تتعلق كما ورد بطبيعة المنطقتين في مجال الاتصال الإنساني، وبترسخ ثقافة اتصال أعمق وأوسع من المناطق الأخرى المرتبطة بشكل أكبر بموروثها المحلي والبيئي.

جدول رقم (2-64) استخدام الإنترنت حسب المناطق

المنطقة / درجة الاستخدام	الوسطى		الغربية		الشرقية		الشمالية		الجنوبية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائماً	119	18.9	178	28.3	156	24.8	111	17.6	124	19.7	688	21.8
أحياناً	149	23.7	163	25.9	180	28.6	143	22.7	158	25.1	793	25.2
قليل جداً	123	19.5	85	13.5	107	17.0	120	19.0	118	18.7	553	17.6
أبداً	237	37.6	202	32.1	183	29.0	254	40.3	227	36.0	1103	35.0
غير مبين	2	0.3	2	0.3	4	0.6	2	0.3	3	0.5	13	0.4
المجموع	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	630	100%	3150	100%

قيمة مربع كاي = 54,605 وهي دالة إحصائياً عند مستوى = < 0,001

شكل رقم (2-64) استخدام الإنترنت حسب المناطق



الخلاصة:

اتضح هنا أنه على الرغم من الارتفاع النسبي لمن لايستخدمون الإنترنت «أبداً» 35.0٪، فإن نسبة 25.2٪ من أفراد العينة تستخدم الإنترنت «أحياناً»، مسجلة بذلك فرقاً بسيطا مع الذين يستخدمون الإنترنت «دائماً»، حيث بلغت نسبتهم 21.8٪، كما بلغت نسبة الذين هم في فئة «قليل جداً» 17.6٪.

كما اتضح أن الذكور أكثر استخداما للإنترنت من الإناث، وتم تفسير ذلك بأسباب ترتبط بشكل عام بطبيعة الفرص الاتصالية المتاحة للرجال في مقابل النساء في المجتمع السعودي، والوفرة النسبية لأماكن الإنترنت؛ سواء في المكاتب أو مقاهي الإنترنت. ويؤكد ذلك، أن الفروق في جملة من المتغيرات الأخرى قد جاءت طفيفة أو بسيطة، وبخاصة فيما يتعلق بالفئات العمرية وبالمستوى التعليمي، فعلى الرغم من تقدم الفئة العمرية 20-24سنة على الفئتين الأخريين بفارق طفيف، فإن العمر لم يكن متغيراً كبير الأهمية في استخدام الإنترنت، وذلك ربما لعدم ترسخ ثقافة استخدام واضحة للإنترنت ذات علاقة بعمر المستخدم، حيث يستخدم أفراد العينة الإنترنت من مختلف الفئات العمرية بدرجات متقاربة، وعلى هذا النحو جاءت الفروق في النتائج بين المتزوجين وغيرهم، مع تقدم طفيف لغير المتزوجين قد لا يصح إرجاعه إلا للمساحة الزمنية المتاحة أمام غير المتزوج في مقابل المتزوج.

وقد ظهر أن أصحاب المهن الخاصة أكثر استخداماً للإنترنت من غيرهم، يليهم الطلاب، ثم الموظفون المدنيون، ويتأخر العسكريون، وربات المنازل، مما أشار إلى أن للمهنة تأثيراً ما في عملية استخدام الإنترنت. ومن جهة أخرى، بدا

المستوى التعليمي ذا تأثير على استخدام الإنترنت؛ حيث يستخدمها الأكثر تعليماً بشكل أكثر من سواهم، الذين هم أقل في التحصيل العلمي، وقد يعود ذلك لأسباب تتعلق بطبيعة الاحتياجات المعرفية، والقدرة على التعامل مع الإنترنت بأكثر من لغة. كما اتضح أن أفراد العينة من المنطقتين الغربية، والشرقية أكثر استخداماً من أقرانهم في المناطق الأخرى، حيث يعود ذلك، ربما إلى ثقافة الاتصال المترسخة بدرجة أعمق في هاتين المنطقتين.

وعموماً، فإن نتائج الدراسة هنا تؤكد أنه من الممكن جداً التوجه لاستثمار شبكة الإنترنت في برامج التنشئة المجتمعية التي تخاطب الشباب وتحاول التأثير على مجريات الفكر والسلوك لديهم.